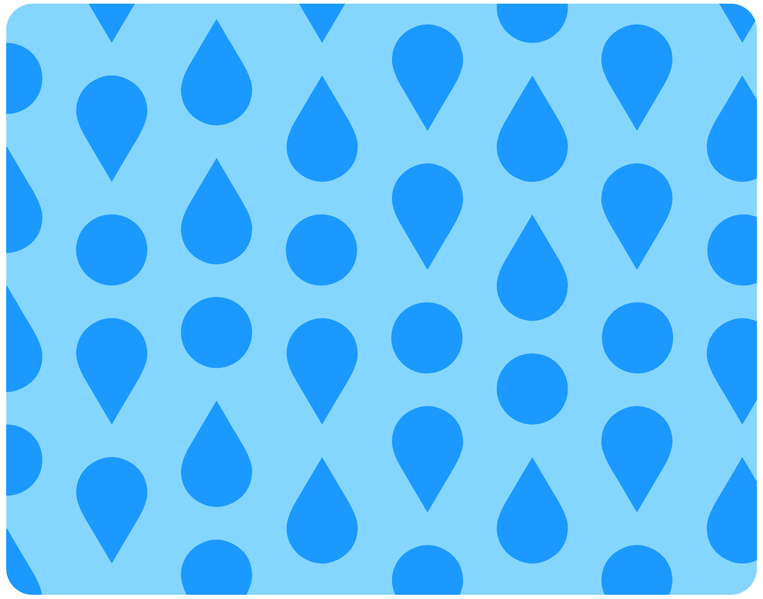
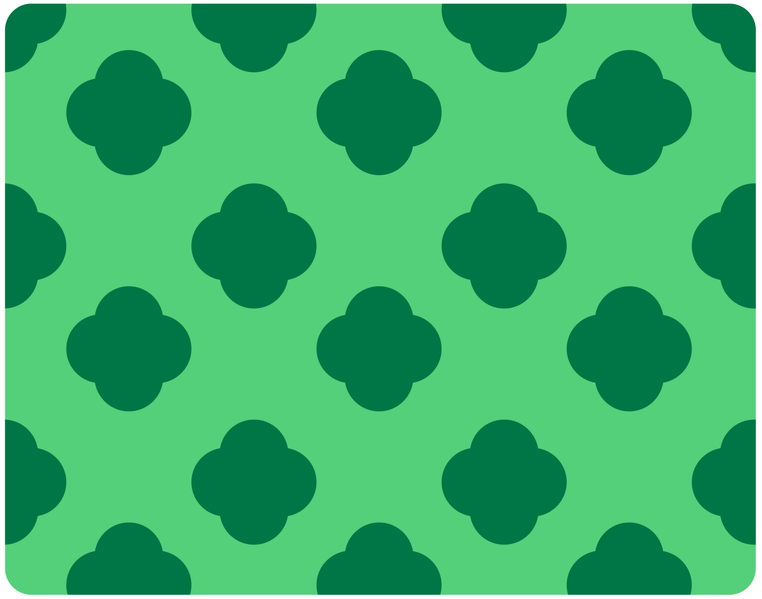
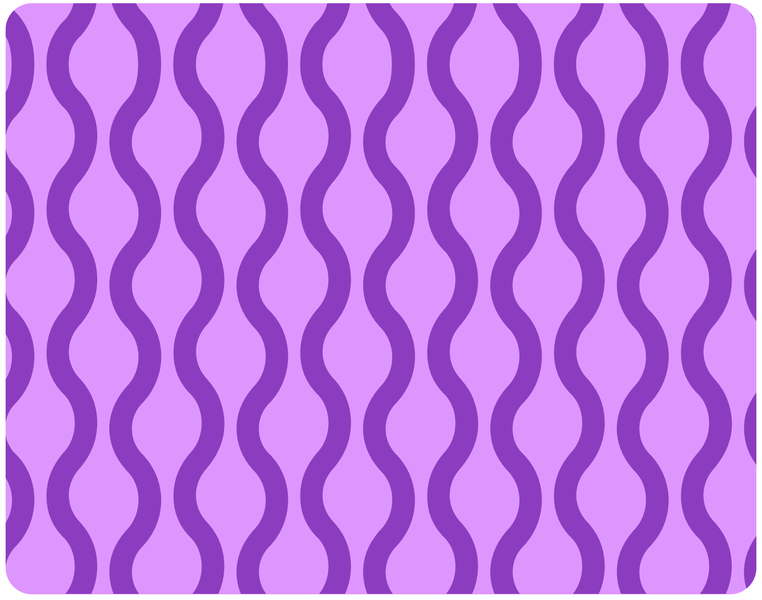


Юнирусь







Отчет об устойчивом развитии

2024

Содержание Отчета

01	**Обращение Генерального директора**	**3**
02	**Об Отчете**	**4**
	Об Отчете	5
	Границы Отчета	6
	Контактная информация	7
03	**Арнест ЮниРусь сегодня**	**8**
04	**Ключевые результаты 2024**	**15**
05	**Устойчивый продукт**	**20**
	Как мы создаем продукт	21
	Социальные миссии наших брендов	31
	Ответственный подход к продуктам питания	38
	Ответственный подход к тестированию продукции	43
	Здоровье и безопасность потребителя	45
	Инновации	52
06	**Устойчивое развитие**	**55**
	Управление в области устойчивого развития	56
	Стратегия устойчивого развития	64
	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	72
07	**Экология**	**82**
	Снижение воздействия на окружающую среду	83
	Выбросы в атмосферный воздух	89
	Управление водными ресурсами	91
	Управление отходами	93
	Изменение климата и энергоэффективность	99
08	**Общество**	**102**
	Бренд работодателя	103
	Здоровье и безопасность сотрудников	110
	Забота о сотрудниках	114
	Равенство, разнообразие и инклюзия	126
	Благотворительность	131
09	**Корпоративное управление**	**136**
	Система корпоративного управления	137
	Деловая этика и противодействие коррупции	140
	Внутренний контроль и аудит	143
	Информационная безопасность	144
	Управление рисками	147
	Управление цепочкой поставок	148
10	**Приложения**	**155**
	Определение существенных тем	156
	Указатель содержания GRI	157
	Указатель содержания SASB	168
	Указатель содержания показателей Проекта стандарта отчетности Минэкономразвития	170
	Дополнительные данные	175

01.

Обращение Генерального директора

Уважаемые коллеги и партнеры!

2024 год стал для нашей Компании временем серьезных изменений и новых возможностей. В октябре международная компания Unilever завершила сделку по продаже своих активов в России и Беларуси Группе Арнест. Теперь мы продолжаем работу под брендом ЮниРусь, сохраняя преемственность лучших практик и усиливая локальную экспертизу.

В условиях трансформации наши производственные площадки работали без перебоев, мы успешно провели масштабный ребрендинг, восстановили диалог с потребителями и укрепили позиции брендов. ЮниРусь сохранила лидерство в ключевых категориях, расширила инновационный портфель и запустила новые продукты, сохраняя высочайшие стандарты качества.

Устойчивое развитие остается важнейшей частью бизнес-модели нашей Компании. В 2024 году мы утвердили обновленную ESG-стратегию, поставив перед собой амбициозные цели в области экологической и социальной ответственности, а также в сфере корпоративного управления.

Мы уверены, что поддержка партнеров, вовлеченность сотрудников и доверие потребителей помогут нам пройти этот путь и укрепить роль ЮниРусь как сильного и ответственного российского производителя.

Благодарю вас за совместную работу и вклад в наше общее будущее.

С уважением,

Елена Тябутова,
Генеральный директор ЮниРусь



02.

Об Отчете

Об Отчете 5

Границы Отчета 6

Контактная информация 7



Об Отчете

GRI 2-3

Настоящий Отчет об устойчивом развитии (далее — Отчет) отражает ключевые достижения, инициативы и прогресс ООО «Арнест ЮниРусь» (далее — ЮниРусь, Компания) в области устойчивого развития за период с 1 января по 31 декабря 2024 года, а также планы на среднесрочную перспективу.

С 2023 года Компания начала публиковать отчет на основе международных стандартов и руководств, в том числе Глобальной инициативы по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI) и Целей устойчивого развития ООН (ЦУР ООН). В предшествующие отчетные периоды российский офис Компании предоставлял данные по форме отчетности глобального офиса, который, в свою очередь, публиковал обобщенный нефинансовый отчет по всем регионам присутствия в мире. В 2025 году мы приняли решение публиковать нефинансовую отчетность ежегодно, обеспечивая открытость и прозрачность своей деятельности.

Принципы устойчивого развития интегрированы в стратегию ЮниРусь и направлены на формирование долгосрочной ценности для всех заинтересованных сторон — акционеров, сотрудников, партнеров, клиентов и общества в целом.

В Отчете представлена информация о нефинансовых показателях, управленческих подходах, выполнении целей ESG-стратегии и планах на ближайшие годы.

Применяемые стандарты и рекомендации

При подготовке Отчета Компания руководствовалась международными и национальными стандартами, а также отраслевыми и профессиональными рекомендациями в области устойчивого развития. В их числе — Цели устойчивого развития ООН, Стандарты GRI 2021 с уровнем раскрытия «in accordance with» (в соответствии), а также отраслевые стандарты SASB (SASB Processed Foods, SASB Household & Personal products).

На национальном уровне Компания ориентировалась на Национальные цели развития РФ до 2030 года с перспективой до 2036 года, Рекомендации Банка России по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации, связанной с деятельностью таких обществ (приложение к письму Банка России от 12 июля 2021 года), проект методологии Стандарта общественного капитала бизнеса и проект Стандарта отчетности об устойчивом развитии Минэкономразвития России, доступными на момент подготовки Отчета.



Границы Отчета

GRI 2-2

Информация, представленная в настоящем Отчете, охватывает деятельность ООО «Арнест ЮниРусь» и входящих в его периметр организаций за период с 1 января по 31 декабря 2024 года, если не указано иное.

Периметр раскрытия данных включает:

- ООО «Арнест ЮниРусь»;
- ООО «Инмарко-Трейд»;
- ООО «Гурман»;
- ООО «Решения для будущего».



Контактная информация

GRI 2-3

В случае возникновения вопросов, связанных с Отчетом, вы можете связаться с нами по адресу:
communications@unirusgroup.ru

Наш сайт:
unirusgroup.ru

Наш Telegram-канал:
t.me/ArnestUniRus

Карьера в ЮниРусь:
t.me/unileaders



03.

Арнест ЮниРусь сегодня

ЮниРусь в 2024 году

GRI 2-1, GRI 2-6

3 000
сотрудников

4
региона производственной деятельности

4
категории продукции

Платиновый работодатель
по версии издания Forbes

952,1
млн единиц продукции

186
тыс. тонн продукции

О Компании

ООО «Арнест ЮниРусь» — один из крупнейших российских производителей товаров повседневного спроса.

Категории продукции ЮниРусь:



Косметика



Средства для дома



Мороженое



Продукты питания

Сегодня портфель Компании насчитывает более 40 брендов.

>40 брендов в портфеле ЮниРусь

9 октября 2024 года международная компания Unilever продала активы в России и Беларуси Группе Арнест. Сделка получила широкое освещение: 431 публикация в СМИ и 2 187 упоминаний в социальных сетях с потенциальным охватом аудитории более 240 млн человек. Учредителем обновленной Компании стало АО «Группа Арнест».

В 2024 году численность сотрудников ЮниРусь в России достигла

3000 человек

По данным исследовательской компании NielsenIQ на декабрь 2024 года, бренды ЮниРусь являются лидерами в категориях «средства для очищения лица», «универсальные чистящие средства и гели для душа» и занимают 2-е место в категориях «шампуни», «мороженое», «чистящие средства для туалета и туалетные блоки».

Наши бренды — лидеры в сегментах средств для очищения лица, гелей для душа и универсальных чистящих средств; 2-е место — в категориях шампуни, мороженое и чистящие средства для санузла

Производственные мощности

Производственные кластеры ЮниРусь находятся в четырех регионах России и выпускают косметику, бытовую химию, мороженое и продукты питания.

Санкт-Петербург

Фабрика «Северное сияние»

Объем выпуска в 2024 году

88,1 тыс. тонн

189 млн шт. продукции



Екатеринбург

Фабрика «Калина»

Объем выпуска в 2024 году

50 тыс. тонн

217,9 млн шт. продукции



Тульская область

Фабрика мороженого

Объем выпуска в 2024 году

20 тыс. тонн

209,2 млн шт. продукции

20 млн вафельных стаканчиков



Омск

Фабрика мороженого

Объем выпуска в 2024 году

28 тыс. тонн

335,1 млн шт. продукции

>8 млн л молока переработано



Портфель брендов

ЮниРусь адаптирует международные бренды под предпочтения российских потребителей и развивает собственные локальные марки.



Личная гигиена

- Акс
- Дав
- Дав Men
- Рексона
- Рексона Men
- Чистая линия
- Лесной Бальзам
- Camay
- Tiswell

Средства для дома

- Сиф
- Доместос
- Глорикс
- Arluni
- U PRO

Мороженое

- Золотой стандарт
- Магнат
- Ekzo
- Русский размах
- Инмарко
- Корнетто
- Макс
- Карте Д’Ор
- Ice-Ice Movie

Продукты питания

- Кнорр
- Фуд Солюшенс Professional

Красота и благополучие

- Дав
- Дав Men
- Бархатные ручки
- Сто рецептов красоты
- Черный жемчуг
- Чистая линия
- Feel Moment
- Crystal Purity
- Клиар
- Клиар Men
- Тресемме

Исследования и разработки

На базе наших производств работают три центра исследований и разработок:

В Туле — мороженое и продукты питания



В Екатеринбурге — косметические средства



В Санкт-Петербурге — средства для дома



Отдел исследований и разработки объединяет команду из

120

экспертов — технологов, химиков, биотехнологов, парфюмеров, инженеров и других специалистов, — которые разрабатывают новые продукты для наших брендов.

Команду отличает высокий профессиональный уровень: парфюмеры стажировались во Франции, а четыре технолога-разработчика получили награду «Лучший технолог» от Российской парфюмерно-косметической ассоциации.



В июле 2024 года мы создали подразделение для разработки долгосрочных инноваций (с циклом от года) в партнерстве с научными сообществами, производителями сырья и упаковки, а также стартапами.



Планы развития

Наша основная цель на 2025 год — развитие онлайн-каналов продаж. С 2024 года ЮниРусь предлагает инновационные решения и усиливает цифровое присутствие своих брендов. Особое внимание мы уделяем развитию направления D2C[1] и другим цифровым каналам, которые обеспечивают удобный доступ к продукции в сегментах красоты и личной гигиены.

Другой ключевой задачей является расширение производств с экспортным потенциалом и увеличением присутствия бренда в новых регионах. Так, в 2025 году ЮниРусь запустила новую производственную площадку, став резидентом промышленного парка в Навои, Узбекистан. Парк создается при поддержке промышленного технопарка «Мастер» из Набережных Челнов. Подписание предварительного договора аренды между «Арнест Юнигрупп Навои» и дирекцией парка состоялось на выставке «Иннопром-2025» в Ташкенте и стало значимым событием для Компании.

[1] D2C (direct-to-consumer) — бизнес-модель, при которой компания продает товары или услуги напрямую конечному потребителю, минуя посредников (дистрибьюторов, ритейлеров)

Общественное признание

Корпоративные достижения

- По итогам совместного рейтинга Milknews, «Союзмолоко», Streda Consulting и Союза мороженщиков России за март 2024 года, ЮниРусь заняла 3-е место среди 20 ведущих производителей мороженого по объему производства
- Генеральный директор ЮниРусь Елена Тябутова вошла в топ-20 женщин-руководителей по версии Forbes Woman 2025
- 11 руководителей подразделений ЮниРусь вошли в рейтинг «Топ-1000 российских менеджеров» по версии Ассоциации менеджеров (АМР) и издания «Коммерсантъ» в 2023 и 2024 годах
- ЮниРусь — платиновый работодатель по версии издания Forbes в 2022–2024 годах
- ЮниРусь присвоен 1-й уровень ежегодного ESG-индекса российского бизнеса от рейтингового агентства НКР и медиагруппы РБК в 2023 и 2024 годах
- АА, Продвинутый уровень в ЭКГ-рейтинге

Достижения брендов

Магнат — 3-е место в конкурсе «Московское качество — 2024» (категория «Эскимо»)

Бархатные ручки — победитель премии «Марка № 1 в России — 2024»

Магнат Бар — четыре награды Popai Awards 2024

Бренды Рексона и Бархатные ручки — лауреаты премии «Народная Марка — 2024»

Лесной Бальзам — обладатель специального диплома за поддержание высоких стандартов и вклад в развитие российского производства премии «Золотой медвежонок — 2024» в номинации «Лидеры инфраструктуры детства — Бренд года»



04.

Ключевые результаты 2024









Воздействие на окружающую среду (Environmental)

E

80 тонн общий объем выбросов загрязняющих веществ в 2024 году

На 12% снизились удельные выбросы загрязняющих веществ в атмосферу по сравнению с 2023 годом — до 1,18 тонн на 1 млрд руб. выручки

На 52% снижены выбросы в атмосферу на производственной площадке в Омске по сравнению с 2017 годом в рамках проекта «Чистый воздух»

657
тыс. м³ объем водопотребления

9,2
м³/млрд руб. удельное водопотребление

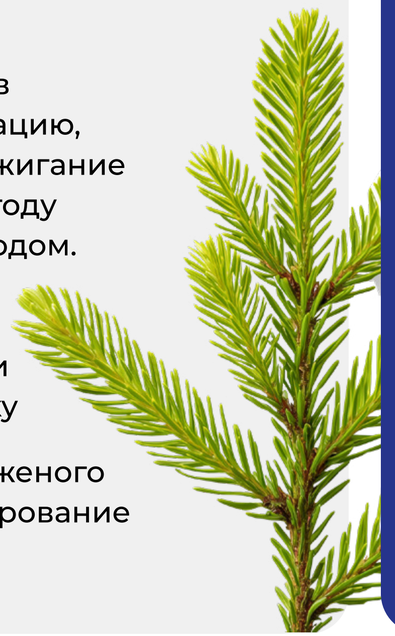
0
нарушений требований к качеству воды

5,3 тонн общий объем образованных отходов, что на **13,5%** меньше, чем в 2023 году

>99% образованных отходов Компании являются неопасными

На **25%** больше отходов направлено на утилизацию, на **20%** меньше — на сжигание и захоронение в 2024 году по сравнению с 2023 годом.
3,5 млн рублей дополнительный доход за счет передачи отходов на переработку

415 тонн отходов мороженого передано на компостирование



13 804 тонн CO_2-экв. — объем прямых выбросов парниковых газов (Область охвата 1)

337 736 тонн CO_2-экв. — объем прочих выбросов парниковых газов (Область охвата 3)

0,074 кг CO_2-экв. на кг продукции — объем удельных выбросов парниковых газов (Область охвата 1 и Область охвата 2), на 9% меньше, чем в 2023 году

Сотрудники и местные сообщества (Social)

S

Платиновый работодатель по версии издания **Forbes**

В **Топ-5** работодателей сектора товаров широкого потребления по версии hh.ru, Changellenge, Future Today

3000 человек — численность сотрудников на конец 2024 года (на 10% больше, чем в 2023 году)



47,2% — доля женщин среди всех сотрудников ЮниРусь в 2024 году

10% добровольная текучесть персонала по итогам 2024 года

86% сотрудников считают, что в их командах создана среда, в которой ценится мнение каждого

0 травм среди сотрудников подрядных организаций

0 смертельных случаев, тяжелых травм и профессиональных заболеваний среди штатных сотрудников и работников подрядных организаций

0,14 — показатель травматизма (LTIFR) среди сотрудников Компании и подрядных организаций (в 2023 году — 0,94) (снижение на 85% по сравнению с 2023 годом)

0 подтвержденных случаев дискриминации

152 000 руб. — средняя заработная плата сотрудников

60 часов в год — гарантированное время на обучение каждого сотрудника

173 580 часов — общее количество часов обучения сотрудников

33,14 млн руб. — объем социальных инвестиций

>25 000 единиц продукции передано Благотворительному Фонду «Банк Еды «Русь»

35 школ всего отремонтировано в рамках программы бренда Доместос «Терпеть нельзя учиться!» за время существования проекта

Управление (Governance)

G

В **октябре 2024** международной компанией Unilever была завершена сделка по продаже активов в России и Беларуси АО «Группа Арнест»

Совет Директоров — новый орган управления

Топ-менеджеры Компании в рейтингах Forbes Woman и «Топ-1000 российских менеджеров»

100%

поставщиков принимают Политику ответственного партнера

0

претензий и споров с регуляторами

1-й уровень ежегодного ESG-индекса

российского бизнеса от рейтингового агентства НКР и медиагруппы РБК в 2023 и 2024 годах

Устойчивый продукт



Создание ИнноХаба — подразделение, занимающееся разработкой технологий

Социальные миссии наших брендов направлены на решение значимых общественных и экологических задач, чтобы улучшать качество жизни людей и снижать экологическое воздействие

0

случаев несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов на здоровье и безопасность потребителей

0

нарушений требований к обеспечению безопасности продукции в 2024 году

На 30%

снизилось количество жалоб потребителей на миллион единиц выпущенной продукции в 2024 году

Новые линейки продукции:

- Без агрессивной химии: линейка Доместос с живыми пробиотиками, устраняющая органические загрязнения и известковый налет
- Натуральные супы-пюре

98% упаковки продукции бытовой химии и **81%** упаковки косметической продукции пригодно к переработке

>76% сокращение тестирования на животных в 2024 году

105 инновационных проектов запущено — на 25% больше, чем в 2023 году

>91% ассортимента соответствует стандартам Unified Standards for Nutrition Criteria[1] по уровню сахара и соли

38 млн порций продуктов с обогащенной йодированной солью продано в 2024 году

[1] Единые критерии пищевой ценности.

05.

Устойчивый продукт

Как мы создаем продукт	21
Социальные миссии наших брендов	31
Ответственный подход к продуктам питания	38
Ответственный подход к тестированию продукции	43
Здоровье и безопасность потребителя	45
Инновации	52



Как мы создаем продукт

GRI 2-6

2024 год стал для нас периодом трансформации — к концу года в связи со сменой собственника мы провели масштабный ребрендинг:

- перевели названия наших лицензионных брендов на кириллицу;
- возобновили рекламные и коммуникационные кампании брендов после периода тишины в медиа;
- продолжили работу всех производственных площадок, которая не прерывалась в переходный период.

В условиях изменений нам удалось выстроить доверительные отношения с ключевыми аудиториями, укрепить позиции Компании в информационном пространстве и улучшить позиции в медиа.

Приоритеты ЮниРусь остались прежними:

- **высокое качество продукции** — неизменный стандарт для всех брендов;
- **инновации** — развитие новых категорий и обновление существующего портфеля;
- **экспорт** — возобновление и расширение международных поставок.





Наша бизнес-модель

Бизнес-модель ЮниРусь основана на последовательном развитии брендов и создании устойчивой ценности для потребителей.

1. Инвестиции в развитие брендов

Мы направляем ресурсы на:

- **инновации** — улучшение потребительских свойств продукции, вывод на рынок новых товарных позиций;
- **освоение новых сегментов** — выход в новые каналы, категории и рынки;
- **продвижение и производство** — комплексная поддержка брендов, от изготовления продукции до размещения рекламных материалов;
- **доступность цены** — оптимизация форматов товарных позиций без компромиссов с точки зрения качества;
- **развитие локальных брендов** в разных ценовых сегментах.

2. Взаимодействие с рынком

Мы развиваемся вместе с рынком и учитываем его динамику:

- выход в новые сегменты открывает доступ к новым потребителям и их ожиданиям;
- стабильная и комфортная цена, высокое качество и понятная коммуникация формируют лояльность потребителей;
- потребители ценят наши социальные и экологические инициативы и «голосуют рублем» за бренды со смыслом.

3. Соответствие запросам потребителей

Мы отслеживаем эффективность брендов через ключевые параметры:

- востребованность новых свойств продукции;
- успешность выхода в новые сегменты;
- баланс и справедливость цены;
- соответствие миссии и ценностям бренда.

Портрет потребителя

Валентина — наш собирательный образ целевой аудитории.



Валентина, 39 лет

«Ведь счастливой можно быть, даже не являясь королевой красоты. Важно быть личностью, идти к своим мечтам и не позволять себе лениться»

«Я просто никогда не думала, что с чем-то не справлюсь»

Двое детей и собака:

- Сын скоро закончит школу и уже мечтает «вылететь из гнезда»
- Дочь учится в начальной школе

Родители Валентины находятся в почтенном возрасте: живут скромно, на пенсию

Работает медсестрой в городской поликлинике: помогает людям и заботится об их здоровье

Живет в областном центре России: жилой квартал рядом с промзоной

Обладает сильным характером: верит, что можно изменить жизнь к лучшему. Решая бытовые семейные проблемы, остается Человеком

«Идеальные женщины» в рекламе вызывают у нее недопонимание

Стремится каждый день проживать осознанно, отдавая себе отчет о том, что действительно происходит вокруг

Перерабатывает: часто не хватает времени

Стремится научить семью разделять отходы

Обращает внимание на скидки и акции и позволяет себе изредка купить что-то новенькое: то гель Сиф, то новинку в линейке Дав, Тресемме или Черный Жемчуг

Покупает в среднем пять продуктов ЮниРусь в год: мороженое — для детей, шампунь Чистая линия — для себя, для сына-подростка — шампунь Клиар, для всей семьи — Доместос

Ценит ЮниРусь как компанию, которая видит в покупателях живых людей во всем их многообразии

Как мы достигаем результата

Мы обеспечиваем рост и устойчивое развитие за счет системного управления ключевыми процессами:

- **выстраиваем цепочки поставок для новых категорий продуктов** — от поиска поставщиков до интеграции их в производственные и логистические процессы, обеспечивая стабильность поставок и высокое качество сырья и упаковки;
- **поддерживаем конкурентную модель продвижения** — оптимизируем маркетинговые инвестиции, развиваем присутствие в каналах продаж, обеспечиваем доступность продукции и узнаваемость брендов;
- **развиваем навыки кросс-функциональных команд** — усиливаем взаимодействие между подразделениями маркетинга, шоппер-маркетинга, PR, лидерами мнений и отделом продаж, чтобы оперативно адаптироваться к изменениям рынка и потребительского спроса.

Такой подход позволяет нам быстро выводить новые продукты на рынок, сохранять лидерские позиции и укреплять доверие потребителей.

Как рождаются наши бренды и их ценность

Мы создаем и укрепляем бренды, опираясь на глубокое понимание потребителя и системный маркетинговый подход. Благодаря этому мы формируем долгосрочную ценность брендов, усиливаем их позиции на рынке и повышаем лояльность потребителей.

Акцент на потребительском поведении (JTBD[1]): определяем, что именно нужно изменить или улучшить, выявляем специфические детали и действия, которые формируют восприятие бренда.

Маркетинг-микс-модель (ММО): количественно оцениваем влияние факторов медиамикса[2] на продажи, долю рынка и другие ключевые показатели.

Точки взаимодействия: выстраиваем коммуникацию там, где потребитель готов нас услышать, формируем планы исходя из реальных точек контакта.

Карта взаимодействия с брендом: оцениваем не только продукт, но и весь комплекс впечатлений (заметность на полке, привлекательность упаковки, стоимость, положительный опыт использования и впечатления от продукта — желание купить повторно, рекомендации знакомым и т. д.).

Измеримость: тестируем идеи, креативные материалы и продукт; используем внутреннюю аналитику и мониторинг точек взаимодействия с потребителями.

Постоянный диалог с потребителем: создаем фокус-группы, совершаем домашние визиты, анализируем социальные сети, изучаем поведение на маркетплейсах, тестируем концепции и рекламные материалы.

[1] Jobs-to-Be-Done (JTBD) — подход к разработке и продвижению продуктов, основанный на создании товарных позиций, которые потребители «нанимают» для выполнения какой-либо задачи.

[2] Медиамикс — комбинация разных рекламных каналов, используемых совместно для продвижения продукта или услуги.

Люди и компетенции

Развитие стратегических компетенций — один из ключевых приоритетов организационного роста Компании. Мы формируем устойчивую основу для долгосрочного успеха, работая в четырех направлениях: организация, таланты, навыки и компетенции, корпоративная культура.

Организация

- обеспечение ресурсами для масштабирования бизнеса;
- повышение эффективности процессов и структуры управления;
- создание прозрачной и мотивирующей системы вознаграждения;
- развитие компетенций в области инноваций.

Таланты

- формирование и усиление бренда работодателя;
- привлечение и удержание специалистов через ценностное предложение Компании;
- акцент на ключевых специалистах, обеспечивающих выполнение приоритетных задач.

Навыки и компетенции

- развитие стратегических компетенций:
  - — инновационность;
  - — гибкость;
  - — нацеленность на рост;
  - — цифровая трансформация;
  - — операционная эффективность.
- совершенствование функциональных, профессиональных и лидерских навыков.

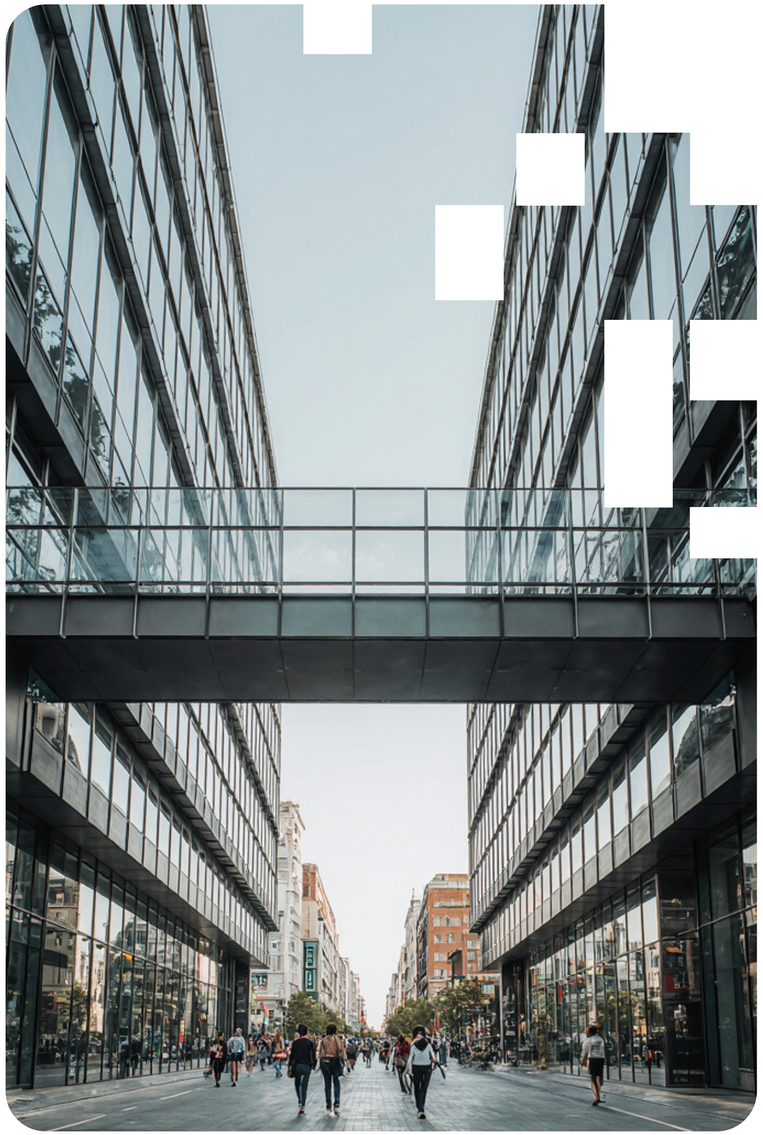
Культура

- поощрение предпринимательского подхода и смелости в принятии решений;
- формирование культуры вовлеченности;
- формирование культуры открытости к изменениям.

Цепочка создания стоимости

Деятельность ЮниРусь создает ценность для различных категорий заинтересованных сторон, каждая из которых получает свои уникальные преимущества от сотрудничества с нами.





Ценность для акционеров

Мы учитываем стратегию и приоритеты акционеров в действующих бизнес-процессах, обеспечиваем прозрачность показателей и выстраиваем доверительные отношения.

Наша ценность определяется успешностью нашей деятельности, которую мы измеряем с помощью **ключевых групп метрик**, в их числе:

- **финансовые** — выручка, прибыль, рентабельность, средний чек, частота покупки;
- **операционные** — оборачиваемость запасов, производительность, устойчивость производственного цикла, надежность цепочек поставок и поставщиков;
- **маркетинговые** — стоимость привлечения клиента, конверсия, **CTR**[3], лояльность, узнаваемость бренда, охваты, показатели воронки продаж;
- **продуктовые** — MAU[4], DAU[5], частота использования, повторные покупки, рекомендации, отзывы, NPS[6];
- **HR-метрики** — текучесть персонала, вовлеченность сотрудников, продуктивность труда;
- **репутационные** — стоимость бренда, восприятие качества, показатели экологической и социальной устойчивости, соблюдение нормативных требований, эффективность реагирования на кризисы.

[3] Click-Through Rate (CTR) — метрика в интернет-маркетинге. Определяется как отношение числа кликов на рекламное объявление к числу показов.
[4] Monthly Active Users (MAU) — ежемесячные активные пользователи.
[5] Daily Active Users (DAU) — ежедневные активные пользователи.
[6] Net Promoter Score (NPS) — индекс потребительской лояльности. Показывает, насколько клиенты готовы рекомендовать компанию, продукт или услугу своим знакомым.

Ценность для сотрудников

ЮниРусь стремится создавать условия для развития сотрудников всех уровней. Мы обеспечиваем комфортную рабочую среду и предлагаем широкие возможности для профессионального роста: программы обучения, повышение квалификации и прозрачную систему карьерного продвижения. Каждый специалист может реализовать свой потенциал и построить успешную карьеру, чувствуя свою значимость для общего дела.

Подробнее о ценности ЮниРусь для сотрудников мы рассказываем в разделах:

- «Бренд работодателя»;
- «Здоровье и безопасность сотрудников»;
- «Забота о сотрудниках»;
- «Равенство, разнообразие и инклюзия».





Ценность для внешней целевой аудитории

Покупатели

ЮниРусь — гарант качественной и разнообразной продукции, инноваций и доступной цены.

Государственные органы

ЮниРусь — долгосрочный партнер, флагман устойчивых инициатив, драйвер регионального развития, а также источник экспертного мнения при разработке законодательных инициатив.

Партнеры

ЮниРусь — надежный и предсказуемый участник совместных проектов, который поддерживает развитие МСП[7], сохраняя высокий уровень локализации цепочки поставок.

[7] Малое и среднее предпринимательство.

СМИ

ЮниРусь — источник проверенной информации, ключевых информационных поводов и трендов в отрасли товаров повседневного спроса.

Отраслевые компании

ЮниРусь — пример успешных преобразований, положительных изменений и адаптации к динамичной конъюнктуре рынка.

Этапы цепочки создания стоимости

Цепочка создания стоимости ЮниРусь охватывает все этапы жизненного цикла продукции — от добычи сырья до утилизации, обеспечивая контроль качества и устойчивость на каждом шаге.

1. **Добыча сырья** — использование ресурсов и материалов, включая их переработку для дальнейшего применения в производстве.

2. **Упаковка и сырье** — изготовление упаковочных и сырьевых материалов (пластик, картон, химические реагенты, отдушки и др.).

3. **Закупка товаров и услуг** — приобретение всех необходимых материалов, комплектующих и услуг, используемых в производстве и сбыте продукции (упаковочные материалы, вспомогательные продукты и пр.).

4. **Производство продукции** — переработка сырья и выпуск готовых товаров на производственных площадках Компании.

5. **Транспортировка** — доставка готовой продукции до точек продаж с использованием автомобильного, железнодорожного, морского и других видов транспорта.

6. **Использование продукции** — потребление товаров конечными пользователями (косметика, бытовая химия, продукты питания).

7. **Утилизация продукции** — переработка и утилизация товаров и упаковки после использования, управление отходами.

8. **Арендуемые активы на конечных этапах** — использование оборудования, предоставляемого партнерами (например, холодильные шкафы для мороженого).

9. **Прочие воздействия** — дополнительные процессы и факторы, которые не входят в основные категории.

Социальное воздействие

Мы оцениваем результаты социальных и экологических инициатив по трем ключевым метрикам:

Social Output[8]

Количество людей, получивших информацию о социальной и/или экологической проблеме.

Social Outcome

Изменение отношения к проблеме (по отзывам, комментариям, объему благотворительных взносов, уровню волонтерской активности, продажам продукции брендов-благотворителей).

Social Impact

Улучшение качества жизни благополучателей (сокращение времени получения помощи, доступ к инфраструктуре, удовлетворение базовых потребностей).

Это позволяет нам комплексно оценивать вклад Компании в устойчивое развитие и ориентироваться на достигнутые результаты и пользу для общества.

Более подробная информация о социальном воздействии наших брендов представлена в разделе «Социальные миссии брендов».

[8] Output — результаты на выходе, outcome — эффект, impact — воздействие.

Социальные миссии наших брендов

Как формируются социальные миссии

Социальные и экологические миссии наших брендов создаются по инициативе команд. Процесс согласования строится следующим образом: команды брендов предлагают новые или обновленные миссии с социальной или экологической направленностью, которые сначала рассматривает руководитель департамента, а затем утверждает Правление.

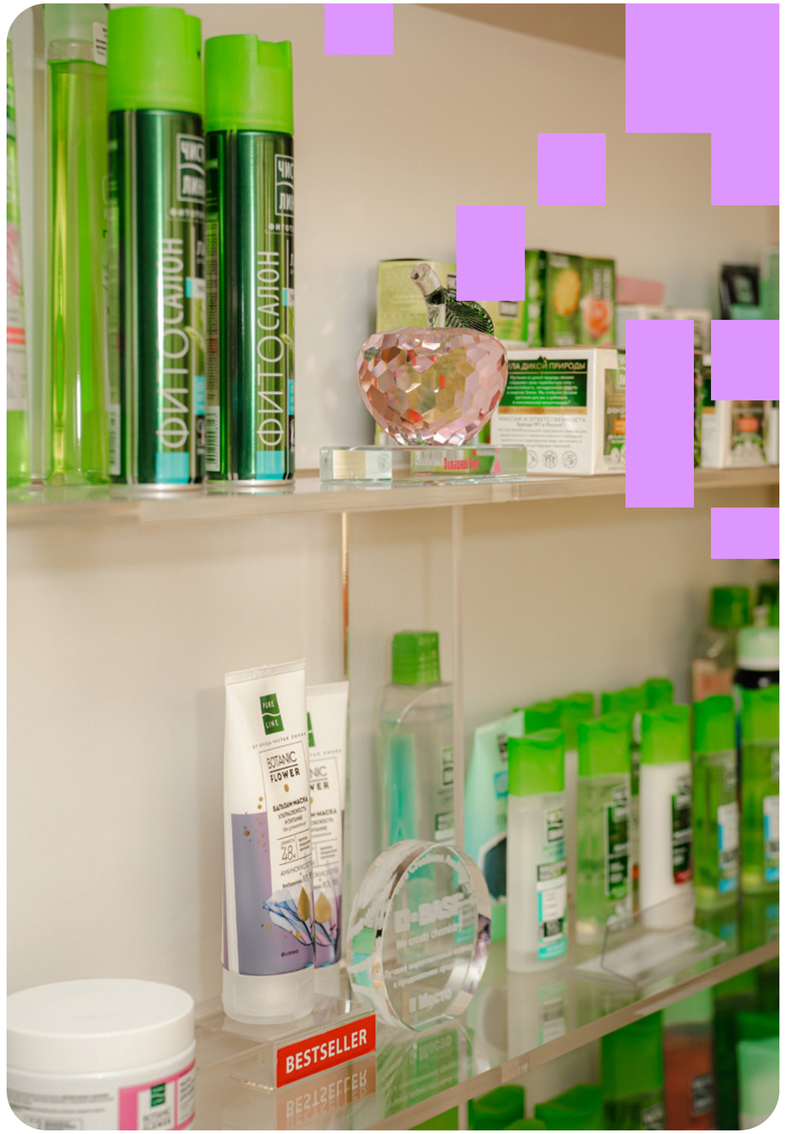
За реализацию утвержденной миссии отвечает команда бренда при поддержке отдела корпоративных отношений и устойчивого развития. Такой подход гарантирует соответствие всех инициатив общей стратегии Компании.

Оценка эффективности социальных миссий

Компания оценивает эффективность социальных миссий через постоянный мониторинг цифровых каналов коммуникации. Отдел по анализу данных о потребителях изучает воздействие социальных миссий на целевую аудиторию, собирает и обрабатывает пользовательские данные, анализирует отзывы и поисковые запросы, отслеживает упоминания брендов в СМИ и социальных сетях.

Для оценки силы бренда мы используем показатели осведомленности, лояльности клиентов, восприятия качества, рыночной доли, эмоционального вовлечения потребителей и активности в социальных сетях. Также учитываются финансовые метрики и показатели репутации бренда, включая отзывы и рейтинги на платформах электронной торговли.

Социальные и экологические проекты оцениваются по показателям краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного влияния: количеству людей, узнавших о проблеме, над решением которой мы работаем, количеству тех, кто изменил поведение в пользу выбора ответственных практик, товаров или услуг, а также показателям улучшения качества жизни благодаря проекту.



Бренд Чистая линия

Миссия

бренда Чистая линия — помочь россиянам начать заботиться о природе вместе

Реализуя свою миссию, Чистая линия помогает людям выработать ответственное отношение к природным ресурсам, в том числе через участие в экологических программах по сохранению природы России.

В 2024 году Чистая линия сотрудничала с торговой сетью «Пятёрочка» в рамках новой инициативы «Разбудите свою природную красоту!». Также Компания запустила новый проект по экопросвещению покупателей и сокращению потребления пластика.

Выпуск средств для лица в сменных блоках

Для достижения целей устойчивого развития и сокращения пластикового следа Чистая линия в 2023 году выпустила средства для лица в сменных блоках (рефилах). Решение входит в премиальную линейку Pure Line Beauty Protection для защиты кожи от агрессивной городской среды.



Проект направлен на сокращение потребления пластика и формирование экологически ответственного поведения у потребителей. Сменные блоки позволяют сократить потребление пластика в пять раз по сравнению с традиционной упаковкой. При этом снижение веса продукции уменьшает расход топлива и вредные выбросы при транспортировке.

96 732

рефила продано в 2024 году

98%

упаковки рефила пригодны к переработке

На 20%

цена рефила ниже стоимости обычной упаковки, что делает экологичный выбор экономически выгодным

Акция «Разбудите свою природную красоту!»

Во всех торговых точках сети «Пятёрочка» прошла специальная акция от бренда Чистая линия. Покупатели могли не только приобрести средства по уходу за волосами, лицом и телом, но и принять участие в интерактивной игре с экологическим уклоном. Регистрируя чек о покупке на сайте, участники выигрывали призы и знакомились с фактами об экологической ответственности бренда.

Результаты инициативы:

43

млн человек — цифровой охват акции (более чем в 2 раза выше планового показателя)

>30%

рост продаж в категории ухода за волосами

>2 000

участников акции

>6 000

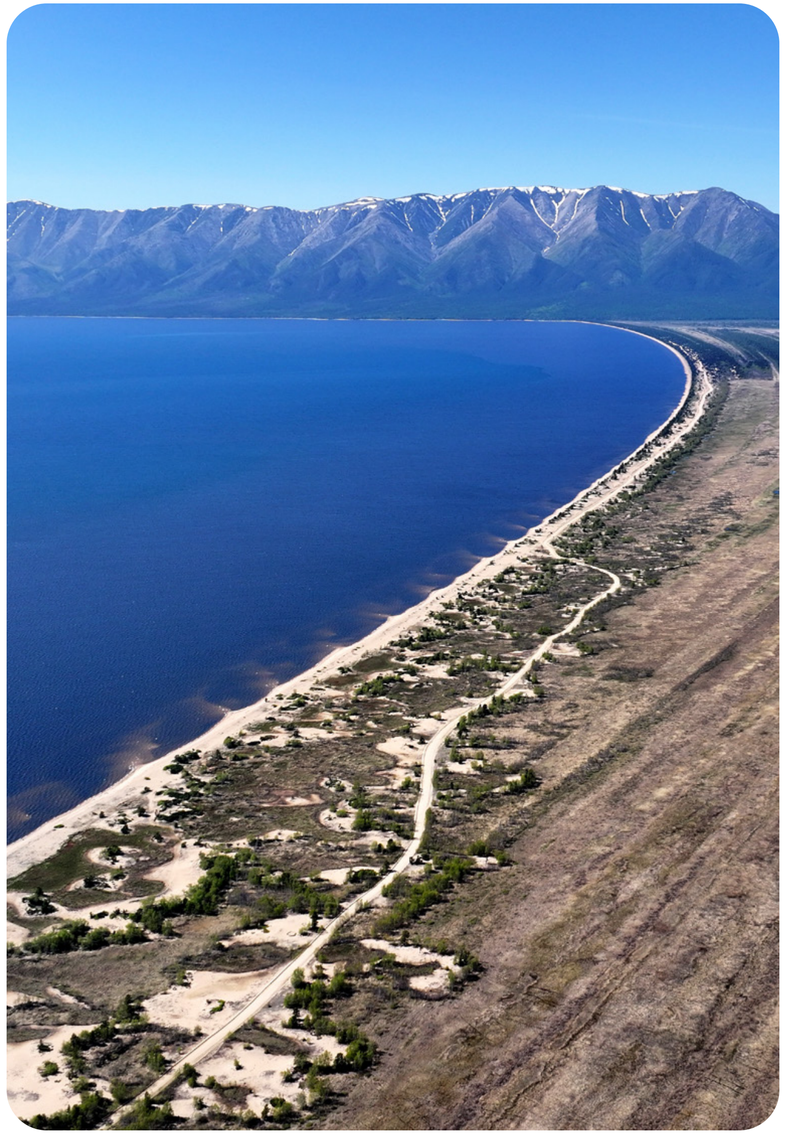
регистраций чеков (+11% относительно планового показателя)

В июне 2025 года торговая сеть «Пятёрочка» совместно с российским косметическим брендом Чистая линия, медиахолдингом MAER и фондом «Озеро Байкал» запустила проект «Забота о Байкале: сохранение экосистемы Чивыркуйского перешейка». Проект создан в поддержку национального приоритета «Экологическое благополучие» и направлен на сохранение песчаной экосистемы региона, а также растений и птиц Чивыркуйского перешейка, занесенных в Красную книгу.

В рамках проекта было выполнено:

- строительство экотроп, смотровых площадок и инфраструктуры с учетом бережного отношения к природе;
- перепись редких растений с участием ученых, изучение влияния инвазивных видов и подготовка рекомендаций по дополнительной охране;
- создание просветительских материалов и проведение экскурсий в рамках концепции ответственного туризма;
- фотоэкспозиция и видеоролик о флоре, характерной для перешейка.

Все партнеры экопроекта разделяют общие ценности и ведут деятельность с заботой об окружающей среде.



Бренд Доместос

Миссия

Доместос — улучшить санитарно-гигиеническое состояние туалетов в российских школах

В 2024 году мы обновили программу «Терпеть нельзя учиться!». Ее цель — борьба с неудовлетворительными санитарно-гигиеническими условиями в образовательных учреждениях и создание комфортной среды, где дети могут свободно пользоваться санитарными помещениями.

Улучшение санитарных условий в школах осталось основным приоритетом бренда, однако теперь больше внимания уделяется вовлечению школьников и педагогов в обсуждение и решение проблем гигиены. Так, вместо размещения фотографий туалетов был проведен творческий конкурс, направленный на создание проектов по теме.

За время работы проекта мы отремонтировали 35 школ и отправили помощь в виде наборов продукции в более чем 2100 школ. В этот период доступ к улучшенным санитарно-гигиеническим условиям получили 1 млн детей.



Результаты проекта в 2024 году:

5

школ отремонтировано

22

школы получили годовой набор продукции бренда

В 2025 году мы планируем отремонтировать еще пять школ, а также направить годовые наборы продукции бренда 50 победителям творческого конкурса, который был проведен в отчетном периоде.

Бренд Дав

Миссия

Дав — делать красоту источником уверенности в себе, а не беспокойства

Бренд Дав вдохновляет женщин ценить свою внешность, увереннее чувствовать себя и раскрывать свой потенциал. Уже более десяти лет бренд помогает родителям, наставникам, учителям и лидерам общественного мнения вести просветительскую деятельность, формируя представление о красоте как источнике уверенности в себе.

Бренд организует семинары и лекции, которые проводят специально подготовленные врачи и психологи. На занятиях эксперты рассказывают школьницам и педагогам-волонтерам о том, как внедрить в свою жизнь принципы здорового образа жизни, научиться противостоять давлению по поводу внешности, сформировать уверенность в себе и повысить самооценку. За 10 лет работы программа охватила более 900 тысяч подростков в возрасте от 11 до 14 лет.



Результаты проекта в 2024 году:

>90 000

школьниц приняли участие в проекте

800

педагогов-волонтеров посетили семинары

С 2024 года мы начали работу по локализации бренда, сохраняя при этом глобальные ценности, такие как транслирование неповторимой красоты каждой женщины и репрезентация их образов в массовой коммуникации бренда. В 2024 году была запущена информационная кампания «Теперь Dove — это Дав», в которой, как и ранее, не участвовали профессиональные модели. Дав показывает реальных женщин — не похожих друг на друга, со своими индивидуальными особенностями и уникальной красотой.

В предстоящем периоде Дав продолжит реализовывать свою миссию, усиливая связь транслируемого образа со свойствами продуктов.

Бренд
Бархатные ручки

Миссия

Каждое прикосновение — это ценный момент. Эмоция, чувство, мысль или сообщение, которыми мы делимся с самыми близкими и со всем миром.

Наша миссия #КАСАЕТСЯКАЖДОГО — вдохновить Валентин ценить каждый момент, каждое прикосновение — именно они наполняют мир теплом, заботой и любовью.

В 2024 году социальную миссию обрел бренд Бархатные ручки. Мы подчеркиваем важность простых ежедневных действий, которые часто остаются незамеченными, но играют значимую роль в понимании мира и взаимодействии с окружающими людьми. Такими действиями могут быть забота о детях, звонки близким и приготовление ужина, без которых не обходится ни один день. Бархатные ручки вдохновляют потребителей ценить и замечать повседневные моменты, которыми наполнена их жизнь, и делиться этими моментами с близкими.

В 2025 году бренд запустит проект «Даже сильной маме нужна забота» для поддержки и привлечения внимания к потребностям матерей детей с особенностями здоровья.



Бренд Рексона

В 2024 году Рексона поддержала развитие массового спорта, приняв участие в мероприятии фитнес-клуба DDX Fitness. Бренд установил фотозону, организовал для участников дженгу[1] и предоставил возможность выиграть брендированные призы.

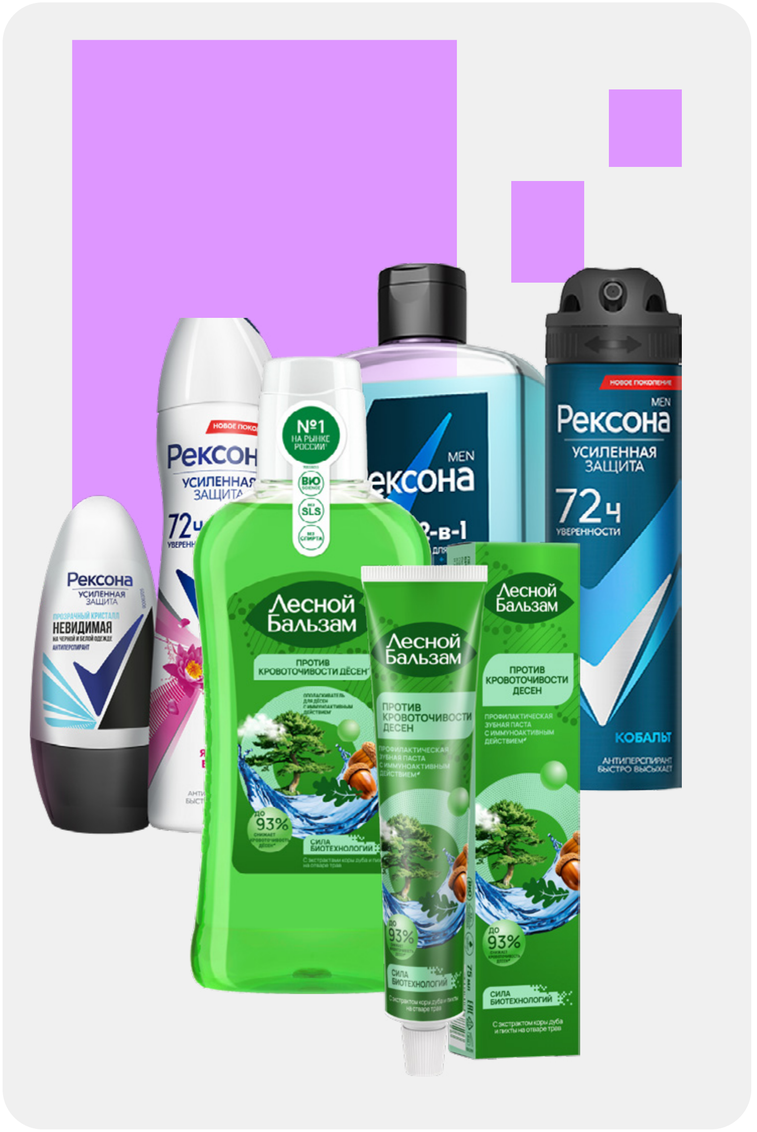
Кроме того, Рексона совместно с DDX Fitness и певицей группы «Винтаж» Анной Плетневой провели самую масштабную сайкл-тренировку[2], установив рекорд России.

>40 000

участников фестиваля

>4 800

человек посетили зону бренда



Бренд Лесной Бальзам

В 2024 году бренд запустил проект «Лесной бальзам: С заботой о себе», направленный на информирование пожилых людей о способах поддержания здорового образа жизни.

В рамках проекта проводились лекции, мастер-классы, раздача призов и продукции в больницах, пансионатах для пожилых, а также в гериатрических центрах. Мероприятия прошли в НИИ скорой помощи им. Н. В. Склифосовского, «Клинической больнице № 1», социально-оздоровительном центре «Пансионат Заря», центре «Наше здоровье» и других здравоохранительных учреждениях. Программа также включала онлайн-составляющую: на сайте бренда публиковались полезные статьи с советами стоматологов для пожилых людей.

>2 млн

человек — охват целевой аудитории проекта

>5 000

пожилых людей получили подарки

[1] Настольная игра, альтернативное название — «падающая башня».
[2] Тренировка на велотренажерах.

Ответственный подход к продуктам питания

GRI 416-1, GRI 416-2, GRI 417-1

ЮниРусь придерживается принципов ответственного производства пищевой продукции, включая мороженое. Наш подход строится на единых стандартах, научной обоснованности и приоритете локальных поставок.

Мы постоянно обновляем продуктовые линейки, следуя принципу чистого состава, и улучшаем состав продуктов, избегая лишних сахаров, соли и насыщенных жиров. Другие направления нашей работы — развитие культуры здорового питания через просвещение потребителей и поддержка индустрии гостеприимства через создание готовых решений для шеф-поваров.

0 случаев несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов на здоровье и безопасность потребителей в 2024 году

Наши стандарты питания

Для достижения долгосрочных целей в области производства пищевой продукции Компания в 2007 году взяла на себя обязательства в рамках Плана устойчивого развития, основанные на рекомендациях Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ).

Вся пищевая продукция ЮниРусь проходит оценку воздействия на здоровье и безопасность. Это позволяет нам улучшать ее качество в соответствии с научно обоснованными критериями и рекомендациями ВОЗ.

С 2024 года в Компании действуют обновленные собственные стандарты питания USNC (Unified Standards for Nutrition Criteria — единые критерии пищевой ценности), которые устанавливают унифицированные требования к нутриентным профилям продукции. USNC распространяют свое действие на всю пищевую продукцию ЮниРусь, а также включаются в договоры с поставщиками.

>91% ассортимента соответствует стандартам USNC по уровню сахара и соли

100% портфеля соответствует стандартам USNC по уровню калорий и насыщенных жиров и не содержит трансизомеров



Фуд Солюшенс Professional

ЮниРусь развивает бизнес по созданию кулинарных решений в сфере общественного питания Фуд Солюшенс Professional. Цель проекта — экономить время шеф-поваров, чтобы они могли уделять больше внимания творчеству и посетителям, при этом повышая скорость обслуживания без ущерба для вкуса и пищевой ценности блюд. В 2024 году мы провели ребрендинг направления, который сопровождался расширением продуктовой линейки для профессиональных кухонь.

18% пищевой продукции содержит растительные альтернативы

47 наименований в ассортименте брендов Кнорр Professional, Хеллманн’с и Мондамин на конец 2024 года

Весь ассортимент Фуд Солюшенс Professional содержит маркировку с информацией о составе продукции, источнике используемых компонентов, безопасности товара и способах его утилизации.

Фуд Солюшенс Professional разрабатывает продуктовые линейки для здорового рациона, ориентируясь на натуральность состава и пищевую ценность. Маркировка «Полезное питание» помогает покупателям выбирать продукты с пониженным содержанием соли, жиров или сахара.



Компания борется с дефицитом йода у населения, замещая обычную соль на йодированную в новых рецептурах. Сегодня она содержится в 3% объема выпускаемой продукции.

Наша цель — использовать йодированную соль во всех инновационных продуктах

38 млн порций продуктов с обогащенной йодированной солью продано в 2024 году



В 2025 году мы запустили линейку из четырех полностью натуральных супов-пюре и планируем ее расширять — два новых продукта выйдут на рынок в первом квартале 2026 года. Кроме того, мы обновим рецепты на онлайн-платформе fs.pro, добавив блюда с полезными составами: растительными ингредиентами, повышенным содержанием белка, клетчатки и микронутриентов.



Шефы будущего

В рамках программы «Шефы будущего» приглашенные шеф-амбассадоры создают контент в соответствии с трендами отрасли гостеприимства, которые мы продвигаем на профессиональных мероприятиях, среди лидеров мнений и в сотрудничестве с академией Stanfood (Metro C&C). Среди таких трендов — устойчивые кулинарные практики.

АКАДЕМИЯ ШЕФЫ БУДУЩЕГО



Мороженое

В 2024 году две производственные площадки ЮниРусь производили 113 уникальных наименований мороженого брендов Золотой стандарт, Магнат, Экзо, Инмарко, Русский размах, Макс, Корнетто, Карте д’Ор.

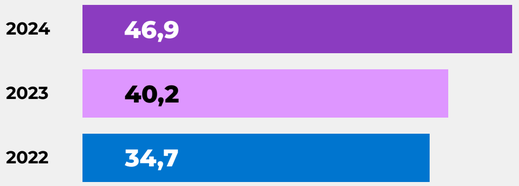
113 уникальных наименований мороженого ЮниРусь

17 новых товарных позиций мороженого в 2024 году

«Лучший продукт — 2024» — 11 наименований мороженого завоевали золотые медали на международном конкурсе в рамках выставки «Продэкспо-2024»

47 тыс. тонн мороженого продано в 2024 году

Вес проданного мороженого, тыс. тонн



Нашим приоритетом остается прозрачность информации о продукции ЮниРусь для покупателей. На всей ассортиментной линейке мороженого указаны полные данные о составе и пищевой ценности: калорийность, белки, углеводы, сахар, жиры и насыщенные жирные кислоты на порцию. Это помогает людям делать осознанный выбор в соответствии со своими потребностями и предпочтениями.





Контроль качества нашей продукции начинается с сырья. Каждую партию сырого молока, поступающего на наши предприятия, мы проверяем по 13 ключевым показателям качества: отсутствию антибиотиков, содержанию белка и жира, кислотности, органолептическим свойствам и другим параметрам. Такой подход гарантирует, что в производство попадает только качественное сырье, а готовый продукт соответствует высоким стандартам безопасности.

9,2 млн литров сырого молока поступило на фабрику мороженого в Омске

+500 +500 тыс. литров относительно 2023 года

Мороженое для веганов

В 2022 году мы запустили отдельную категорию веганского замороженного десерта, полностью состоящего из ингредиентов растительного происхождения. В основе такого продукта содержится растительное кокосовое молоко.

Веганский замороженный десерт на кокосовом молоке Экзо Манго-Маракуйя с 50%-м содержанием манго прошел официальную сертификацию «Vegan»



Мы планируем продолжать развивать ассортимент продукции для здорового питания, разрабатывая мороженое без добавленного сахара. Среди наших целей — достижение следующих показателей:

- 95% всего порционного мороженого с содержанием не более 250 килокалорий и не более 22 грамм сахара на порцию;
- 90% детского ассортимента мороженого с содержанием не более 110 килокалорий и не более 12 грамм сахара на порцию.

Ответственный подход к тестированию продукции

Отказ от тестирования на животных — важный элемент нашей стратегии устойчивого развития. Мы активно внедряем альтернативные методы исследований, сотрудничаем с регуляторами для изменения законодательных требований и стремимся к полному отказу от подобных практик там, где это возможно.

С 2012 года Компания не тестирует на животных парфюмерно-косметическую продукцию и минимизирует подобные исследования для товаров бытовой химии.

Подход к тестированию с учетом законодательных требований

Все случаи тестирования в Компании регулируются группой NAT (Non Animal Testing — «нетестирование на животных»), которая была локализована и теперь включает директора категории, директора по исследованиям и разработкам (R&D), менеджера по разработке товаров бытовой химии и руководителя отдела технического регулирования.

Испытания на животных проводятся исключительно в случаях, предусмотренных законодательством, и проходят строгий внутренний контроль.

Перед проведением обязательных в рамках законодательства РФ испытаний товаров бытовой химии Компания оформляет заявку, которая рассматривается группой NAT. Заявка содержит информацию о наименовании продукции, подлежащей тестированию, отдельные физико-химические показатели, влияющие на программу токсикологического исследования, количество и виды лабораторных животных, необходимых для испытаний.

В ходе испытаний эксперты-токсикологи стараются применять альтернативные методы тестирования, в том числе расчетные методы, использовать результаты ранее проведенных экспериментов для идентичной продукции или рассматривать другие подходы, позволяющие избежать новых тестов на животных.



Альтернативные методы тестирования продукции

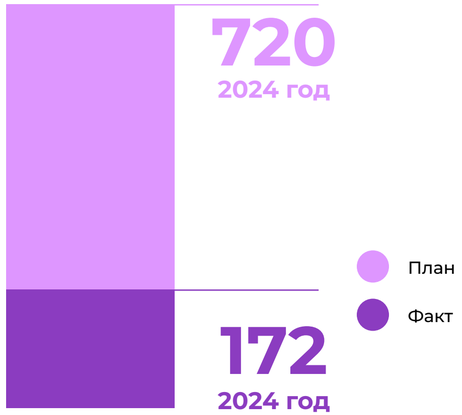
ЮниРусь поддерживает и активно развивает альтернативные методы тестирования продукции.

В рамках подобных методов в качестве тест-объектов используют люминесцентные микроорганизмы, суспензию сперматозоидов крупного рогатого скота и хорион-аллантоисную мембрану куриных яиц.



Все протоколы испытаний хранятся в аккредитованных организациях, с которыми ЮниРусь заключила соглашения об испытаниях in vitro[1]. Документы предоставляются по запросу в установленном порядке. По итогам года анализируется количество использованных животных и оценивается прогресс по сокращению их числа по сравнению со стандартной программой токсикологических исследований.

>76% сокращено количество животных, необходимых для тестов по стандартной схеме



[1] Методика выполнения экспериментов, которые проводятся не на живых организмах, а на модельных средах.

Взаимодействие с государственными органами

С 2018 года Компания возглавляет рабочую группу по разработке и продвижению альтернативных методов тестирования товаров бытовой химии при Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены (АППИК БХ).

Через диалог с регуляторами мы способствуем внедрению гуманных и прозрачных практик тестирования продукции и повышаем доверие потребителей к Компании и отрасли в целом.

В 2024 году рабочая группа провела ряд совещаний с представителями органов санитарно-эпидемиологического контроля государств-членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Департамента санитарных и фитосанитарных мер Евразийской экономической комиссии. Целью встреч стало согласование изменений в разделе № 5 Единых санитарно-эпидемиологических и гигиенических требований к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору, включая разрешение использования альтернативных методов оценки токсикологических показателей товаров бытовой химии.

Принятие проекта было отложено до утверждения технического регламента ЕАЭС «О безопасности синтетических моющих средств и товаров бытовой химии». Ожидается, что регламент будет утвержден до конца 2025 года, после чего работа над проектом будет возобновлена.

Здоровье и безопасность потребителя

GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 416-1, GRI 416-2

На 30%

снизилось количество жалоб потребителей на миллион единиц выпущенной продукции в 2024 году

На 40%

сократилось общее количество обращений клиентов через каналы обратной связи

Качество и безопасность продукции являются приоритетом для ЮниРусь на всех этапах создания стоимости. Все сотрудники Компании соблюдают установленные стандарты и вносят вклад в поддержание высокого качества продукции, что обеспечивает доверие потребителей к нашим брендам. Система менеджмента качества и безопасности пищевой продукции внедрена на всех предприятиях Компании.

Все фабрики ежегодно подтверждают соответствие ISO 9001 и ISO 22000.

ЮниРусь ежегодно пересматривает стратегию в области качества и безопасности, однако ключевая цель остается неизменной — защита и развитие бизнеса через улучшение потребительского опыта. Мы достигаем этой цели силами вовлеченных в культуру качества сотрудников, ответственных за качество продукции, и через эффективное взаимодействие с партнерами. Внутренние проверки подтвердили полное соблюдение корпоративных стандартов.

0 нарушений требований к обеспечению безопасности продукции в 2024 году

В 2024 году мы унифицировали подход к обеспечению качества в рамках инновационных процессов. На всех фабриках внедрена процедура перспективного планирования качества продукции. Она позволяет эффективно планировать, отслеживать и совершенствовать процессы разработки и производства. Этот подход охватывает весь цикл создания продукта и снижает риски на этапе запуска.

Автоматизация и цифровизация — часть непрерывного процесса повышения качества. В 2024 году мы внедрили новые решения:

- непрерывный контроль качества упаковки с помощью технического зрения;
- умное отвешивание сырья;
- умную подачу микса на фасовку;
- дополнительные сенсоры для определения дефектов готовой продукции.

Политика по качеству и безопасности продукции

Политика по качеству и безопасности продукции — основополагающий документ, который регулирует производство ЮниРусь. Она охватывает весь жизненный цикл продукта: от разработки и производства до маркетинга, продаж и утилизации. Исполнение требований политики является обязанностью каждого сотрудника Компании.

Команда качества проверяет соответствие продукции и процессов российскому законодательству, Техническим регламентам Таможенного союза (ТР ТС)[1] и ГОСТ, а также внутренним стандартам Компании.

Управление качеством продукции

Система управления качеством и безопасностью продукции

Старший региональный менеджер по качеству

Региональный отдел качества

Фабричный отдел качества





[1] Основные ТР ТС: ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»; ТР ТС 021/2011 «О безопасной пищевой продукции»; ТР ТС 033/2011 «О безопасности молока и молочной продукции»; ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки»; ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств».

Основные направления работы регионального отдела

Региональный отдел качества формирует стратегию, программы и стандарты Компании, а также обеспечивает соответствие продукции нормативным требованиям на всех этапах, включая каналы электронной торговли.

Направление по работе с партнерами и поставщиками	◆ Методологическая поддержка внедрения законодательных требований и стандартов Компании ◆ Мониторинг процессов на стороне производственных партнеров ◆ Обеспечение стабильного качества и безопасности инновационных продуктов и текущего ассортимента ◆ Сопровождение фабрик и партнеров в части внедрения и соблюдения стандартов
Категорийные специалисты	◆ Участие в запуске новых продуктов ◆ Регулярный мониторинг ◆ Подготовка отчетности и реализация проектов по совершенствованию процессов обеспечения качества
Категорийные специалисты Специалист Go to Market[2]	◆ Обеспечение качества в сфере логистики, репакинга[3] и продаж ◆ Контроль условий хранения и транспортировки ◆ Координация работы отделов логистики и продаж ◆ Проверка состояния продукции на полках магазинов ◆ Передача информации департаментам для последующего внедрения улучшений по результатам мониторинга
D-com[4] (Д-ком)	◆ Анализ упоминаний и отзывов о продукции в каналах электронной торговли (ежегодно в социальных сетях анализируется более 900 тыс. упоминаний) ◆ Инициирование проектов по повышению качества на основе обратной цифровой связи совместно с командой исследования и фабричными командами (например, на основе жалоб потребителей была создана команда по улучшению качества упаковки, которая работает над устранением протечек и повреждений при доставке)

[2] Специалист Go to Market (GTM) — сотрудник, разрабатывающий и реализующий стратегию вывода нового продукта или услуги на рынок, работая на стыке маркетинга, продаж и развития продукта.

[3] Репакинг – процесс переупаковки готовой продукции на складе или в логистическом центре, инициируемый продавцом, а не производителем.

[4] D-com — каналы цифровой торговли (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и прочие).

Основные направления работы фабричного отдела

Гарантия качества и постоянные улучшения	◆ Работа с обращениями потребителей и клиентов ◆ Участие в запуске инноваций — внедрение методологии перспективного планирования производства продукции ◆ Взаимодействие с поставщиками ◆ Контроль и совершенствование производственных процессов
Система менеджмента качества	◆ Ведение системы документации и администрирование интегрированной системы менеджмента на уровне предприятия ◆ Декларирование продукции
Гигиена и безопасность продукции	◆ Контроль за соблюдением сотрудниками правил и стандартов мойки и дезинфекции оборудования, личной гигиены ◆ Управление рисками безопасности продукции ◆ Проведение обучающих мероприятий
Управление испытаниями и измерениями	◆ Курирование работы физико-химической и микробиологической лабораторий ◆ Управление реактивами и лабораторным оборудованием ◆ Обеспечение соблюдения программы производственного контроля с целью соответствия продукции законодательству страны ее реализации ◆ Взаимодействие с законодательными органами ◆ Подготовка документации для экспорта продукции

8 ключевых направлений оценки эффективности системы качества и безопасности ЮниРусь

- Соответствие законодательству и корпоративным стандартам
- Отсутствие инцидентов на рынке
- Снижение негативной обратной связи от потребителей и клиентов
- Поддержка инновационных проектов с точки зрения качества и безопасности
- Снижение фабричных потерь по причине качества
- Участие в проектах по локализации и кириллизации брендов
- Развитие партнеров и поставщиков
- Вовлечение всех сотрудников в культуру качества

Кросс-функциональное взаимодействие подразделений

27 проектов по улучшению упаковки и продукции реализовано в 2024 году

Для обеспечения максимального результата команда гарантии качества взаимодействует с различными подразделениями Компании, в числе которых:

- **команда закупок:** совместная работа по развитию поставщиков и партнеров, направленная на выпуск и поставку качественной и безопасной продукции;
- **команда исследований и разработки:** работа по повышению качества продукции на основе отзывов потребителей;
- **команда регуляторных вопросов:** поддержка в интерпретации новых законодательных актов, взаимодействие с внешними законодательными органами;
- **команда логистики:** внедрение проектов по повышению качества по всей цепочке поставок, гарантия соблюдения требований законодательства и Компании в процессе хранения и транспортировки продукции;
- **команда продаж:** работа с клиентами и осуществление контроля качества продукции на полках.

Согласованные действия всех команд позволяют выпускать продукты, которые на постоянной основе удовлетворяют ожидания потребителей и требования законодательства.

Механизмы обратной связи для потребителей и клиентов

Мы выстроили систему работы с обращениями потребителей, которая направлена на оперативное решение вопросов и постоянное повышение качества продукции и услуг.

В Компании действует разветвленная система обратной связи для потребителей: мессенджеры, электронная почта, телефон, бренд-сайты, сайты с отзывами, маркетплейсы и социальные сети.

Электронная почта:
info@unirusgroup.ru

Горячая линия ЮниРусь:
+7 (800) 200-12-00

Номер горячей линии в WhatsApp:
+7 (985) 340-24-13

Телеграм-чат горячей линии:
@ArnestUniRusBot

Работа с обращениями потребителей

Клиенты направляют обращение через удобный канал связи, а специалисты контактного центра фиксируют запрос и передают его в соответствующий отдел. Ответственный отдел проводит расследование, формирует развернутый ответ и при подтвержденном ущербе предлагает компенсацию.

Обращение потребителя

Ответ специалиста контактного центра

Потребитель



Отправка обращения в ответственный отдел в зависимости от темы обращения

Проведение расследования, внедрение корректирующих мероприятий

Подготовка ответа потребителю

Компенсация ущерба потребителю

Планы на 2025 год

ЮниРусь определила следующие цели на следующий год:

- снижение числа негативных отзывов потребителей и клиентов;
- сокращение потерь по качеству при запуске новых продуктов;
- поддержка экспортных проектов;
- пересмотр и обновление стандартов с учетом требований законодательства;
- гарантия соответствия производственных площадок, площадок партнеров и поставщиков требованиям законодательства Российской Федерации;
- повышение компетенций сотрудников в области качества через программы обучения;
- повышение продуктивности специалистов контактного центра за счет автоматизации.

Инновации

В 2024 году ЮниРусь продолжила реализовывать инновационную стратегию, увеличивая портфель проектов и расширяя ассортимент продукции. Приоритетными направлениями развития инноваций остаются следующие:

- создание новых уникальных продуктов для всех категорий бизнеса;
- улучшение функциональных свойств продуктов и их эффективности при уменьшении расхода в использовании;
- забота о здоровье и благополучии потребителя.

Мы контролируем качество продукции на всех этапах разработки. В 2023—2024 годах Компания не допустила ни одного отзыва продуктов с рынка.



Ключевые результаты за 2024 год

104 инновационных проекта запущено —

+25% на 25% больше инновационных проектов по сравнению с 2023 годом

274 позиции продукции выведено на рынок в рамках инновационных проектов, что на 14% выше показателя 2023 года

10% от общей оценки по критерию инновационности составляют ESG-факторы и устойчивость продукта



Инновационные тренды и продукты

ИННОХАБ

Создание ИнноХаба

В июле 2024 года мы создали ИнноХаб — специализированное подразделение, которое занимается разработкой технологий с длительным инновационным горизонтом (3–5 лет и более). Перед ИнноХабом стоит цель обеспечить ресурсами качественный долгосрочный инновационный процесс, направленный на развитие текущих категорий продуктов при сохранении долгосрочной ценности бренда.

Миссия ИнноХаба — создавать будущее, меняя опыт потребителей, использовать научные знания для развития компании.

Задачи ИнноХаба:

- проведение научных исследований и создание новых технологий;
- поиск инновационных решений для улучшения потребительского опыта;
- развитие долгосрочных партнерских отношений с ведущими научными учреждениями.

В числе партнеров ИнноХаба — флагманские российские университеты и научные институты:

- Сколтех;
- Уральский федеральный университет;
- Московский политехнический университет;
- Санкт-Петербургский государственный университет;
- Московский государственный медицинский университет им. И.М. Сеченова;
- Национальная ассоциация трансфера технологий;
- Институт цитологии РАН;
- Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова;
- Российский биотехнологический университет;
- Федеральный исследовательский центр Казанского научного центра РАН;
- Федеральный исследовательский центр «Фундаментальные основы биотехнологии» РАН;
- Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет.

Инновации в области здоровья

В 2024 году операционная команда вывела на рынок бренд Feel Moment в категории красоты и ухода за собой, а также запустила бренд Tiswell в категории ухода за полостью рта с технологией NANO ПЛОМБА. Комплекс из наногидроксиапатита и аргинина, лежащий в основе данной технологии, воспроизводит природный механизм реминерализации зубов:

- образует кислотоустойчивый защитный слой на поверхности зубов;
- заполняет микротрещины и восстанавливает микроповреждения эмали;
- реминерализует эмаль — восполняет недостаток минеральных веществ в ней;
- защищает от образования «меловых пятен» — начальных кариозных поражений;
- снижает гиперчувствительность зубов.

Пробиотические технологии в чистящих средствах

В 2024 году Компания запустила линейку чистящих средств нового поколения Доместос с активными пробиотиками, которые устраняют органические загрязнения без использования агрессивных химических веществ. Пробиотики подавляют развитие патогенной микрофлоры и продуцируют энзимы, действующие на известковый налет, обеспечивая комплексную гигиену и очищение с пролонгированным эффектом.



Профессиональная химия

В отчетном периоде мы разработали линейку концентрированных средств для очистки посуды в три стадии, которые включают замачивание, мытье и ополаскивание в профессиональных посудомоечных машинах. Для одного цикла мойки 20 комплектов столовых приборов достаточно 0,5–4 мл этого концентрата.

До 60 раз — снижение объема пластиковых отходов и логистической нагрузки за счет того, что 5 л концентрата «СИФ ДИШ-1» заменяют 300 л готового средства.

Разработка концентрированных профессиональных средств и упаковки больших объемов позволяет значительно сократить потребление воды при производстве продукции, снизить углеродный след от производства и переработки упаковки, уменьшить пластиковые отходы, а также логистические затраты и углеродный след от логистических операций.

В 2025 году Компания продолжит наращивать инновационные мощности, используя потенциал команды разработок и ИнноХаба для создания технологий следующего поколения.

06.

Устойчивое развитие

Управление в области устойчивого развития 56

Стратегия устойчивого развития 64

Взаимодействие с заинтересованными сторонами 72



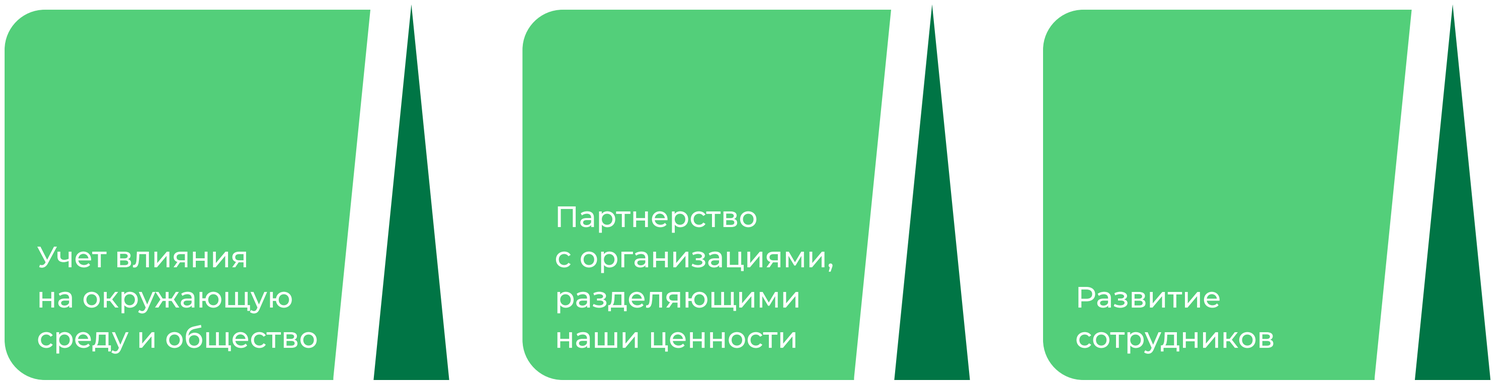
Управление в области устойчивого развития

GRI 2-9, GRI 2-12, GRI 2-13

ЮниРусь рассматривает устойчивое развитие как основу своей долгосрочной ценности. Мы интегрируем принципы ESG во все бизнес-процессы — от разработки продуктов до принятия стратегических решений.

Приоритетные направления нашей работы в области устойчивого развития:

Принципы устойчивого развития закреплены в корпоративных документах и операционных политиках ЮниРусь. Такой подход обеспечивает системную интеграцию ESG-принципов во все бизнес-процессы, а также прозрачность и ответственность на всех уровнях управления.



Мы предоставляем открытый доступ к основным документам и материалам по устойчивому развитию:

- Политике ответственного партнера;
- Соглашению в области безопасности окружающей среды и физической безопасности;
- инициативам в области устойчивого развития.

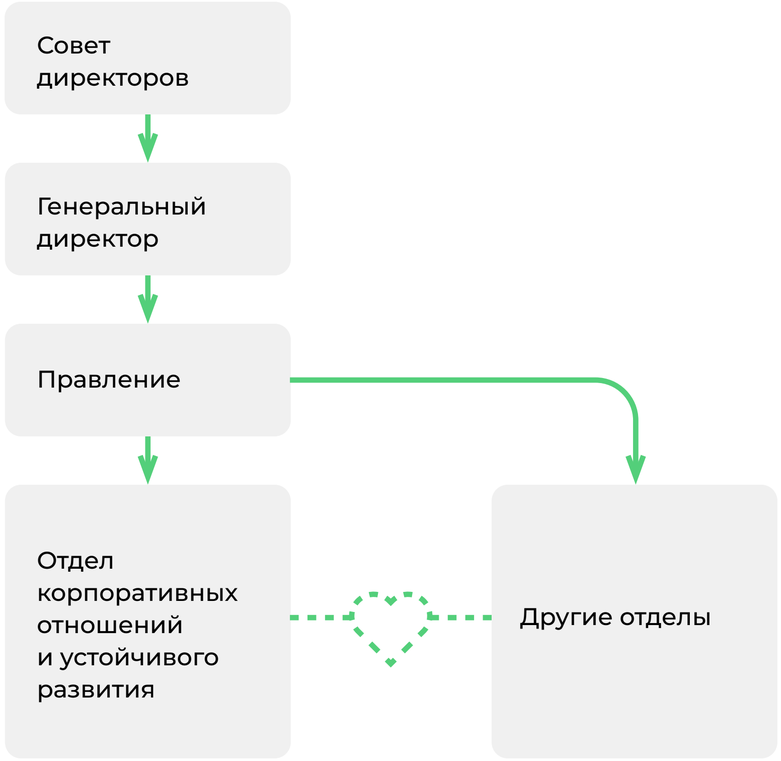
В 2024 году мы утвердили обновленную стратегию устойчивого развития до 2030 года

Наши специалисты регулярно проверяют соответствие действующих процессов установленным процедурам, развивая систему внутреннего контроля. С 2023 года это служит основой для публикации надежных и прозрачных результатов работы в области устойчивого развития.

Система управления устойчивым развитием

Вопросы устойчивого развития рассматриваются на высшем уровне управления — в Совете директоров.

Схема управления устойчивым развитием в ЮниРусь





В 2024 году Правление провело шесть заседаний, на которых в том числе обсуждались проекты в области экологии, социальной ответственности и корпоративного управления. В частности, Правление рассмотрело климатическую инициативу «Оршинский мох», создание брендов с ярко выраженной социальной и экологической концепцией, стратегии ответственного маркетинга и локализации брендов.

6/12 заседаний Правления в 2024 году, на которых рассматривалась повестка устойчивого развития

Правление ЮниРусь регулярно проводит заседания, посвященные обсуждению инициатив и проектов в области устойчивого развития. Достигнутые договоренности закрепляются управленческими решениями — через контроль выполнения стратегии и утверждение бюджетов программ.

Реализацию стратегии устойчивого развития координирует отдел корпоративных отношений и устойчивого развития. Директор этого отдела входит в состав Правления. Компания применяет принцип горизонтальной и сквозной интеграции ESG-подходов в деятельность всех подразделений.

Функции отдела корпоративных отношений и устойчивого развития

- Координация выполнения стратегии устойчивого развития
- Выстраивание взаимоотношений с ключевыми партнерами и заинтересованными сторонами
- Обеспечение соблюдения требований экологического и социального законодательства
- Продвижение инициатив в области устойчивого развития на регуляторном уровне и в профессиональной среде
- Мониторинг и оценка эффективности программ устойчивого развития
- Информирование внешних и внутренних заинтересованных сторон о ходе реализации стратегии через публикацию ежегодного нефинансового отчета
- Организация регулярного участия Компании в рейтингах и рэнкингах по устойчивому развитию
- PR- и GR-сопровождение инициатив в области устойчивого развития для продвижения корпоративного бренда и брендов портфеля

Принципы устойчивого развития интегрированы во все бизнес-процессы ЮниРусь. Каждое подразделение Компании вносит свой вклад в реализацию ESG-стратегии и повестки устойчивого развития в целом.

Подразделение	Вклад в устойчивое развитие ЮниРусь			
Отдел производства и поставок	Внедряет энергоэффективные технологии	Сокращает отходы и выбросы	Оптимизирует производственные процессы на основе принципов устойчивого развития	
Отдел исследований и разработок	Проводит прикладные и фундаментальные исследования, разрабатывает новые продукты и составы для портфеля брендов ЮниРусь	Создает прототипы, тестирует и оптимизирует решения, готовит их к масштабированию и выводу на рынок	Занимается внедрением устойчивой упаковки и реализует соответствующие решения	Координирует трансфер технологий: патентование, разработка документации, запуск пилотных проектов совместно с производственными площадками и интеграция с бизнес-подразделениями
Отдел закупок	Взаимодействует с поставщиками сырья, материалов и услуг, оценивая их социальную и экологическую ответственность	Предлагает инициативы по совместному продвижению принципов устойчивого развития с партнерами		
Отдел маркетинга	Отвечает за позиционирование брендов Компании на рынке как устойчивых и ответственных	Создает и реализует социальные и экологические программы брендов		

Подразделение	Вклад в устойчивое развитие ЮниРусь		
Отдел продаж	Популяризирует и продвигает устойчивые продукты Компании	Выстраивает отношения с торговыми партнерами и реализует совместные программы	
Отдел управления персоналом	Внедряет программы обучения и развития для сотрудников	Способствует продвижению инклюзивной культуры в компании	Включает аспекты устойчивого развития в стратегию продвижения бренда работодателя
Отдел финансов	Проводит оценку проектов по устойчивому развитию	Помогает в разработке финансовых инструментов для достижения устойчивых целей	
Юридический отдел	Проводит оценку и минимизацию юридических рисков в области устойчивого развития		
Отдел по соблюдению деловой этики и корпоративной безопасности	Обеспечивает популяризацию Кодекса принципов ведения бизнеса	Поддерживает функционирование каналов обратной связи (горячей линии)	Обеспечивает проведение внутренних расследований инцидентов и их рассмотрение Комитетом по деловой этике

Подразделение	Вклад в устойчивое развитие ЮниРусь		
Отдел технического регулирования	Разрабатывает, внедряет и контролирует технические стандарты для продукции Компании	Обеспечивает соответствие продукции требованиям законодательства	Управляет процессами сертификации
	Взаимодействует с государственными и отраслевыми органами для согласования стандартов	Анализирует изменения в техническом регулировании	Разрабатывает рекомендации для других подразделений Компании по оптимизации процессов и улучшению качества продукции
Отдел гарантии качества	Разрабатывает и внедряет стандарты качества	Проводит мониторинг и контроль соблюдения стандартов на всех этапах производства	Организует проверки и аудиты качества
	Анализирует результаты и выдвигает предложения по совершенствованию процессов	Обрабатывает и анализирует отзывы клиентов	Выявляет причины несоответствий и разрабатывает меры по их устранению

Подразделение	Вклад в устойчивое развитие ЮниРусь			
Отдел работы с клиентами	Обрабатывает запросы и жалобы клиентов	Предоставляет информацию о продуктах и консультирует по вопросам их применения	Оказывает техническую поддержку	
	Собирает обратную связь для анализа уровня удовлетворенности клиентов	Участвует в разработке стратегий по улучшению клиентского опыта	Организует мероприятия для клиентов	Проводит обучение сотрудников, работающих с клиентами
Отдел аудита и финансовых рисков	Проводит регулярные аудиты финансовой отчетности	Оценивает процедуры внутреннего контроля	Анализирует риски, связанные с финансовыми операциями	Разрабатывает рекомендации по минимизации рисков

Ключевые события в области устойчивого развития в 2024 году

Обновление стратегии устойчивого развития до 2030 года

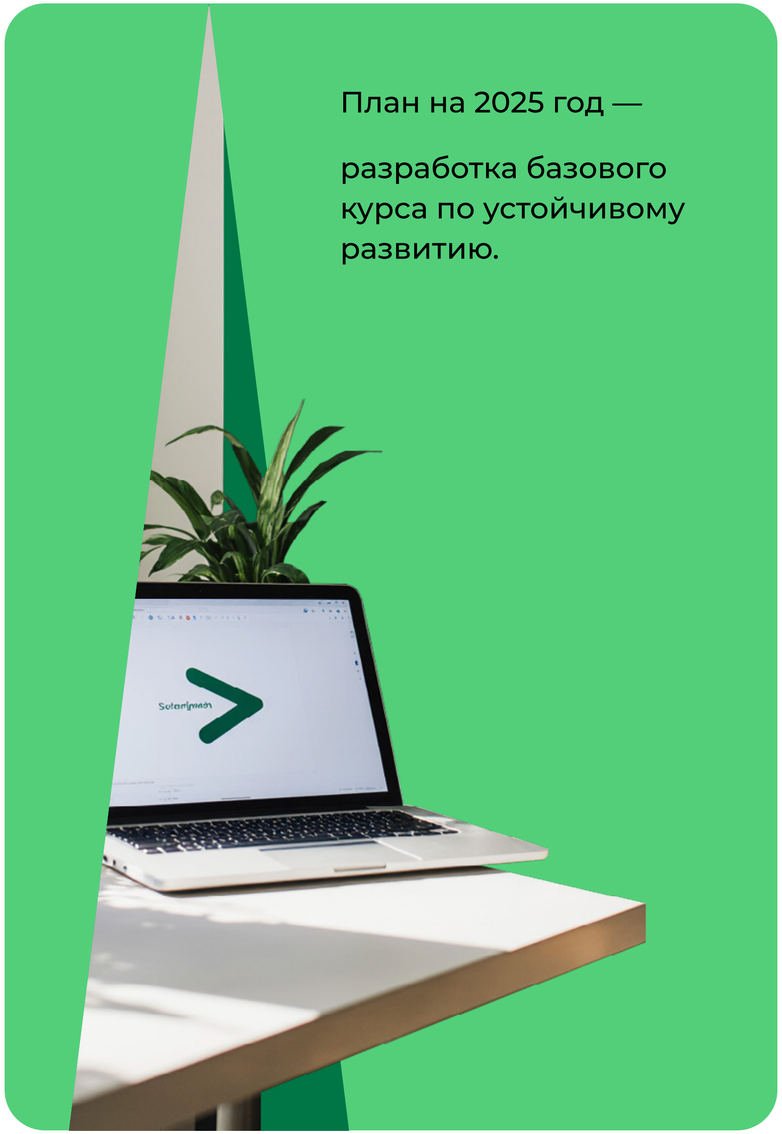
Реализация ключевых климатических инициатив

Запуск платформы ПредпринимаЮ

Создание подразделения ИнноХаб

Прохождение командой ЮниРусь обучения по методике подсчета выбросов

Далее в Отчете мы подробно рассказываем о наших инициативах по каждому из направлений.



Стратегия устойчивого развития

Направления стратегии устойчивого развития ЮниРусь

1.

сокращение выбросов парниковых газов

2.

совершенствование работы с пластиковой упаковкой

3.

защита природных экосистем

4.

поддержка клиентов и поставщиков

5.

развитие сотрудников

В 2024 году мы утвердили обновленную стратегию устойчивого развития

до 2030 года

Выполнение целей стратегии контролируется Правлением Компании.



Отдел корпоративных отношений и устойчивого развития координирует ежедневную работу:

Согласовывает цели с подразделениями



Помогает коллегам внедрять инициативы



Собирает данные о достигнутых результатах



Отслеживает прогресс для составления отчетности



Подробнее о системе управления устойчивым развитием мы рассказываем в разделе «Управление в области устойчивого развития».

Сокращение выбросов парниковых газов

Цели	Национальные цели РФ	Результаты в 2024 году
До 0 сократить выбросы парниковых газов в производственной и операционной деятельности (Охваты 1 и 2) к 2030 году относительно уровня 2015 года 	**«Устойчивая и динамичная экономика»**	**13 804 тонны** CO_2-экв. — объем валовых прямых выбросов парниковых газов (Область охвата 1) **16 039 тонн** CO_2-экв. — объем валовых косвенных выбросов парниковых газов (Область охвата 2), рассчитанных по местоположению
На 42% сократить выбросы от использования топлива, хранения товаров, создания упаковки, потребления и утилизации (Охват 3) к 2030 году относительно уровня 2021 года 	**«Устойчивая и динамичная экономика»**	**337 736 тонн** CO_2-экв. — общий объем прочих косвенных выбросов парниковых газов (Область охвата 3)

Оценку целей по выбросам парниковых газов мы проводим на основе международного стандарта GHG Protocol[1] и методологии Минприроды России. Это обеспечивает сопоставимость расчетов и соответствие регуляторным требованиям.

[1] Международный стандарт учета выбросов парниковых газов.

Совершенствование работы с пластиковой упаковкой

Результаты в 2024 году

На 5 тонн
в год сокращено потребление пластика за счет изменения упаковки бальзамов для губ Чистая линия

От 10 до 50% —
сокращение использования пластика за счет введения упаковок большого формата в отдельных брендах

98%
упаковки продукции из категории бытовой химии пригодны к переработке

81%
упаковки косметической продукции пригодны к переработке

96 732
рефила продано в 2024 году, 98% упаковки которых пригодны к переработке

32
упаковочные позиции полностью состоят из переработанного полиэтилентерефталата (rPET)

Защита природных экосистем

Цели

Помочь защитить и восстановить

1 млн га

природных экосистем
к 2030 году



Национальные цели РФ

«Экологическое благополучие»

Результаты в 2024 году

Начато восстановление

43 200 га

болотного массива в рамках проекта «Оршинский мох»

Проведена оценка биоразнообразия в рамках проекта «Оршинский мох»

Запущен проект «Забота о Байкале: сохраним экосистему Чивыркуйского перешейка» по сохранению природы Чивыркуйского перешейка

Поддержка клиентов и поставщиков

Цели	Национальные цели РФ	Результаты в 2024 году
Поддерживать текущие стандарты и требования к поставщикам и клиентам в части ответственного ведения бизнеса, включая соблюдение прав человека и законодательства 	—	Для всех категорий партнеров действует Политика ответственного партнера
Помочь 2,5 млн малых и средних предприятий торговли (МСП) развить бизнес к 2026 году 	**«Устойчивая и динамичная экономика»**	Расширен перечень локальных партнеров

Развитие сотрудников

Цели	Национальные цели РФ	Результаты в 2024 году
Внедрять новые модели трудоустройства и обеспечить сотрудникам гибкие условия занятости к 2030 году 		Компания предоставляет гибридный режим работы и позволяет сотрудникам самостоятельно выбирать формат занятости
Помочь сотрудникам пройти переобучение или повысить квалификацию и приобрести актуальные навыки к 2030 году 	**«Устойчивая и динамичная экономика»**	**60 часов в год —** гарантированное время на обучение для каждого сотрудника Запущена собственная экосистема обучения, которой уже пользуются **2 000 сотрудников**

В 2025–2026 годах мы планируем обновить стратегию устойчивого развития:

- уточнить климатические цели[2];
- уточнить цели по биоразнообразию;
- выделить дополнительное направление: поддержка местных сообществ и благотворительность.

[2] Базовым годом для расчета выбросов парниковых газов станет 2023 год — именно тогда мы завершили комплексную оценку углеродного следа по всему российскому бизнесу и внедрили собственную методологию учета.



Взаимодействие с заинтересованными сторонами

GRI 2-28, GRI 2-29

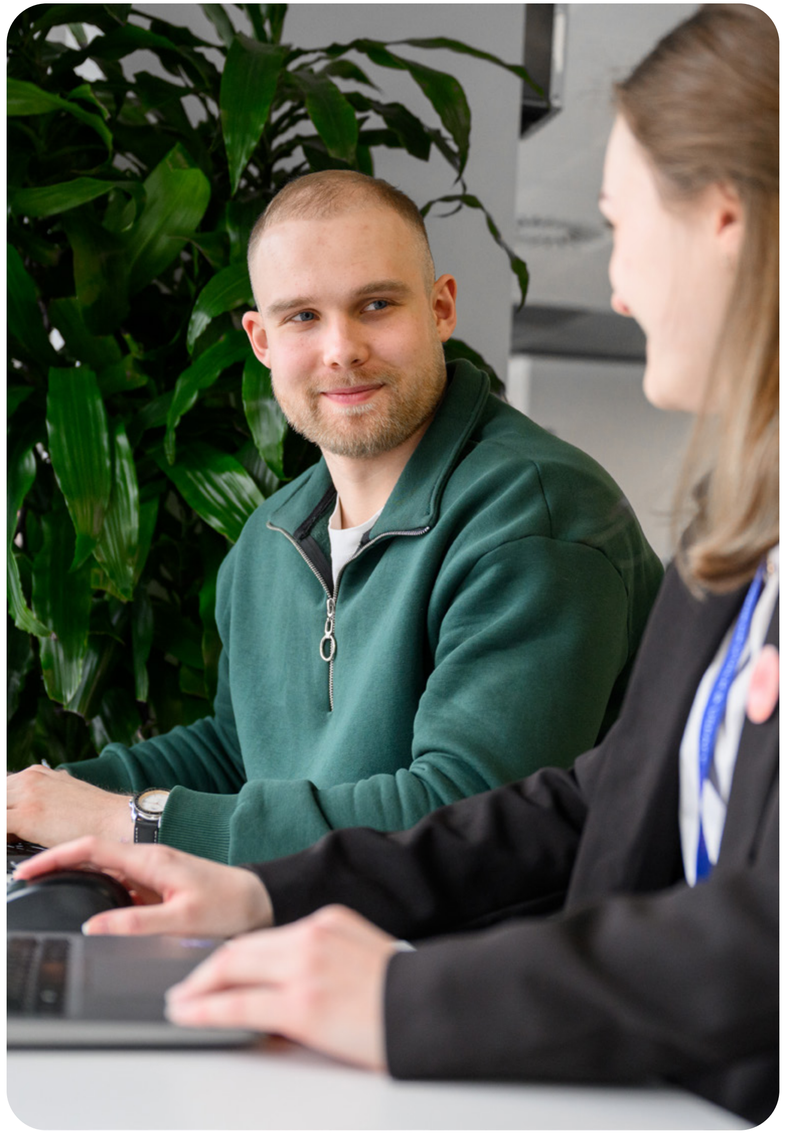
Подход к взаимодействию

ЮниРусь строит отношения с заинтересованными сторонами на принципах стратегического партнерства, взаимной ценности и строгого соблюдения законодательства и корпоративных стандартов. Обязательства Компании в этой области закреплены в Кодексе принципов ведения бизнеса[1], обеспечивающем прозрачность, ответственность и соблюдение прав человека.

В 2024 году стратегия взаимодействия Компании претерпела изменения: с октября единственным собственником Компании в России и Беларуси является АО «Группа «Арнест». Переход под контроль российских бенефициаров освободил Компанию от ряда операционных ограничений, действовавших в период 2022-2024 годов, и упростил взаимодействие с государственными органами и иными заинтересованными сторонами. Новый статус Компании как полностью российского предприятия позволяет более полно учитывать бизнес-интересы и приоритеты государственной политики в отрасли.

Ключевые партнеры и заинтересованные стороны

Реализация стратегии устойчивого развития Компании невозможна без системного взаимодействия с заинтересованными сторонами. При принятии управленческих решений мы выстраиваем открытый и конструктивный диалог, учитывая их ожидания и предложения.



[1] Подробнее о Кодексе мы рассказываем в разделе «Деловая этика и противодействие коррупции».

На основе анализа значимости, взаимного влияния и специфики нашей деятельности мы выделяем шесть ключевых групп заинтересованных сторон:

Группа заинтересованных сторон	Цель взаимодействия	Формат взаимодействия и ключевые мероприятия в 2024 году
Органы государственной власти	Укрепление сотрудничества, получение государственной поддержки и участие в формировании отраслевой политики	ЮниРусь регулярно ведет диалог с органами власти и деловыми объединениями, участвуя в обсуждении и подготовке нормативных инициатив: ◆ диалог с органами власти по вопросам промышленного развития и регулирования; ◆ подписание соглашения с Правительством Тульской области о развитии физкультуры и спорта (ноябрь 2024 года); ◆ вступление в промышленный кластер пищевой промышленности Омской области (декабрь 2024 года).

Группа заинтересованных сторон	Цель взаимодействия	Формат взаимодействия и ключевые мероприятия в 2024 году
Ассоциации и деловые объединения	Развитие отраслевых инициатив и совместных проектов в сфере устойчивого развития и регулирования	ЮниРусь участвует в инициативах, связанных с законодательным регулированием, экологией и развитием отрасли: ◆ на конец 2024 года Компания состоит в 13 ассоциациях и деловых объединениях; ◆ вступила в Национальный ESG Альянс и Московскую торгово-промышленную палату; ◆ стала членом рабочей группы по обращению с отходами и Координационного комитета «Зеленая инициатива» Ассоциации европейского бизнеса; ◆ содействовала реализации федерального проекта «ЭкоОтвет» совместно с членами Ассоциации «РусПРО» для развития системы раздельного сбора и переработки отходов в рамках РОП; ◆ сотрудничала с Национальным союзом производителей молока (Союзмолоко), Ассоциацией производителей фирменных торговых марок «Русбренд» и Ассоциацией производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены по вопросам законодательного регулирования, включая инициативы по сокращению выбросов парниковых газов и загрязняющих веществ; ◆ входила в состав рабочей группы по устойчивым брендам (Лига зеленых брендов, Роскачество) для оценки и продвижения устойчивых брендов через сертификацию и маркировку. Подробнее о форматах нашего взаимодействия с ассоциациями и деловыми объединениями мы рассказываем далее.

Группа заинтересованных сторон	Цель взаимодействия	Формат взаимодействия и ключевые мероприятия в 2024 году
Потребители и клиенты	Повышение качества обслуживания и оперативное реагирование на запросы потребителей	Многоканальное взаимодействие с потребителями: **5 582** обращения через мессенджеры (Telegram, WhatsApp) **10 121** письмо на электронную почту **10 182** звонка на горячую линию **4 629** обращений через форму обратной связи на сайте (бренд-сайты) Каналы обратной связи в рамках маркетинговой деятельности Обработка отзывов с помощью ИИ: **878 000** текстовых отзывов на маркетплейсах (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет) обработано нейросетью «Спикс»

Подробнее о форматах нашего взаимодействия с потребителями и клиентами мы рассказываем в разделах «Здоровье и безопасность потребителя» и «Ответственный подход к продуктам питания».

Группа заинтересованных сторон	Цель взаимодействия	Формат взаимодействия и ключевые мероприятия в 2024 году
Сотрудники	Повышение благополучия, вовлеченности и профессионального уровня персонала в соответствии с принципами устойчивого развития	ЮниРусь формирует комплексную экосистему поддержки сотрудников, охватывающую физическое, ментальное, эмоциональное и смысловое благополучие. **Некоторые программы и инициативы в области развития:** ◆ **#время учиться** — еженедельный час для самообучения, формирующий культуру непрерывного развития. ◆ **Неделя карьеры** — цикл онлайн-сессий (70–150 участников на каждой) по развитию навыков, получению обратной связи и изучению кросс-функциональных возможностей. ◆ **Лидерское сообщество** — программа для опытных руководителей (более 30 участников в 2024 году) с модулями по осознанности, коммуникациям, системному мышлению и цифровой трансформации при поддержке партнеров из «Сколково», The Edgers и внутренних экспертов. ◆ **Академия линейного руководителя** — платформа развития начинающих руководителей. В 2024 году обучение завершили 74 сотрудника (9 сессий). **Вовлеченность и безопасность труда:** ◆ Сотрудники активно участвуют в улучшении рабочих процессов, предлагая инициативы и идеи, направленные на повышение эффективности операционной деятельности. ◆ Обучение по охране труда и безопасным методам работы интегрировано в корпоративную систему развития и проводится на регулярной основе с привлечением квалифицированных партнеров. ◆ 0,14 — показатель травматизма (LTIFR) среди сотрудников Компании и подрядных организаций в 2024 году (в 2023 году — 0,94). Подробнее о форматах нашего взаимодействия с сотрудниками мы рассказываем в разделах «Бренд работодателя», «Здоровье и безопасность сотрудников», «Забота о сотрудниках» и «Равенство, разнообразие и инклюзия».

Группа заинтересованных сторон	Цель взаимодействия	Формат взаимодействия и ключевые мероприятия в 2024 году
Поставщики и партнеры	Развитие устойчивой цепочки поставок и совместная реализация ESG-инициатив	◆ **Смена философии:** переход от модели простого соответствия требованиям к постоянному улучшению и гибкой адаптации к изменениям у партнеров. ◆ **Расширение охвата:** распространение требований на всех деловых партнеров, включая дистрибьюторов, клиентов и благотворительные организации; более детализированные экологические стандарты. ◆ **Укрепление системы менеджмента:** обязательное внедрение систем управления по ключевым принципам, развитие программ обучения и контроля. ◆ **Развитие механизмов обратной связи:** увеличение количества каналов для сообщения о нарушениях и внедрение прозрачных процедур рассмотрения обращений. Подробнее о форматах нашего взаимодействия с поставщиками и партнерами мы рассказываем в разделе «Управление цепочкой поставок».

Группа заинтересованных сторон	Цель взаимодействия	Формат взаимодействия и ключевые мероприятия в 2024 году
СМИ	Обеспечение информационной открытости и формирование позитивного имиджа Компании в сфере устойчивого развития	Взаимодействие со СМИ является важной частью коммуникационной стратегии Компании и способствует укреплению доверия общественности и заинтересованных сторон: ◆ ЮниРусь регулярно инициирует публикации, посвященные ESG-практикам и другим аспектам устойчивого развития; ◆ Компания активно участвует в публичных мероприятиях; ◆ сотрудники Компании выступают в качестве экспертов на конференциях, форумах, панельных дискуссиях и стратегических сессиях.

Деятельность в рамках ассоциаций и деловых объединений

Работа с партнерами в области экологии

Сотрудничество с партнерами играет важную роль в реализации экологической стратегии Компании. Только объединив усилия с поставщиками, технологическими партнерами, отраслевыми ассоциациями и другими заинтересованными сторонами, мы можем эффективно снижать воздействие на окружающую среду, внедрять инновации и способствовать устойчивому развитию на всех этапах цепочки создания стоимости.

Стратегия по устойчивому развитию и Политика по безопасности, охране здоровья и охране окружающей среды — ключевые документы, определяющие экологические требования к партнерам Компании по трем экологическим направлениям:

- снижение климатического воздействия;
- сохранение природы;
- работа с пластиковыми отходами.

Партнерства, выходящие за рамки основных положений документов, рассматриваются индивидуально с учетом нормативных требований и стратегических целей бизнеса.

Расширенная ответственность производителя (РОП)

В 2024 году мы продолжили последовательно внедрять принципы расширенной ответственности производителя. В отчетном периоде Компания добилась увеличения объемов сбора и переработки упаковки, тем самым снижая сумму экологического сбора. Для этой же цели мы придерживаемся принципа «ноль отходов на захоронение».

Помимо этого, на производственных площадках внедряются инновационные решения, в их числе — сотрудничество с новым переработчиком отходов мороженого, преобразующим их в почвогрунт методом компостирования.

2,76 млн руб. — затраты на уплату экологического сбора в рамках РОП в 2024 году[2]

6 млн руб. — прогнозируемые затраты на экологический сбор в рамках РОП в 2025 году, ожидаемая экономия за счет самостоятельной утилизации составит около 1,9 млн руб.

[2] Без самостоятельной утилизации отходов за счет ресурсов Компании затраты составили бы 2,85 млн руб.

Сотрудничество с Лигой зеленых брендов

Лига зеленых брендов появилась в 2019 году по инициативе косметического бренда Чистая линия компании «ЮниРусь» и коммуникационного проекта об устойчивом развитии +1.

На 2024 год участниками Лиги являются 42 компании и бренда

Достижения и проекты Лиги:

- уникальная методология для оценки уровня устойчивого развития экологических брендов;
- ренкинг Лиги зеленых брендов;
- методика оценки брендов, адаптированная для брендов малого и среднего бизнеса;
- климатическая методология, разработанная при участии партнеров «КарбонЛаб» и Группы ДРТ;
- первый климатический ренкинг;
- рейтинг, позволяющий оценивать уровень климатической устойчивости, ответственности и эффективности деятельности компаний.

Разработка углеродной маркировки

В 2024 году мы вошли в состав группы по разработке углеродной маркировки, созданной по инициативе Лиги зеленых брендов на базе Роскачества.

Основные задачи рабочей группы — оценка, сертификация и продвижение устойчивых брендов и их продукции на российском рынке.

Приоритеты группы:

- Разработка цифрового паспорта устойчивого производителя и его продукции.
- Создание методики проверки негосударственных зеленых маркировок на предмет противодействия гринвошингу[3].
- Повышение устойчивых характеристик брендов и их продукции.
- Укрепление доверия потребителей к брендам, придерживающимся принципов устойчивого развития.
- Популяризация ответственных бизнес-практик.

[3] Гринвошинг (англ. greenwashing) — это практика, в которой бренд создает ложное впечатление о своей ответственности, преувеличивает «зеленые» характеристики продукции/процессов или акцентирует внимание на второстепенных инициативах, скрывая при этом основной негативный экологический след.

Цифровой паспорт устойчивого производителя и его продукции

Компания участвует в разработке принципов и критериев цифрового паспорта. Этот инструмент собирает данные о сертифицированных зеленых товарах в единую базу и служит подтверждением их экологичности. Паспорт снижает риск гринвошинга, упрощает контроль для регуляторов и ритейла и помогает производителям корректно позиционировать продукцию на рынке.

Национальный «зеленый» стандарт

С 2023 года Компания поддерживает производителей, работающих по принципам устойчивого развития, через национальный стандарт ГОСТ Р «Устойчивое развитие бренда». В 2024 году технический комитет по стандартизации «Экологическая маркировка» (ТК 708) проголосовал за принятие национального стандарта.

Подробнее про это мы рассказываем в разделе «Снижение воздействия на окружающую среду».

Сотрудничество с ассоциацией ECR

ESG-дайджест ECR

В 2024 году Компания приняла участие в подготовке второго ESG-дайджеста потребительского сектора, организованного ECR[4]. Дайджест собрал практики компаний из различных отраслей (товары повседневного спроса, ритейл, сервис и упаковка), отражающие экологические и социальные вызовы, а также пути их решения.

Результаты ESG-дайджеста:

25 отчетов российских компаний за 2022–2023 годы вошли в дайджест

366 раз дайджест скачан в период с декабря 2024-го по февраль 2025 года

- ESG-практики компаний, выявленные в рамках дайджеста:
  - — самые популярные направления: волонтерские проекты, проекты по ЦУР ООН, циклические практики, инклюзия и равенство;
  - — наименее представленные: устойчивые цепочки поставок и проекты для молодых специалистов.
- Сформирована единая база проектов, демонстрирующая разнообразие подходов бизнеса к устойчивому развитию.

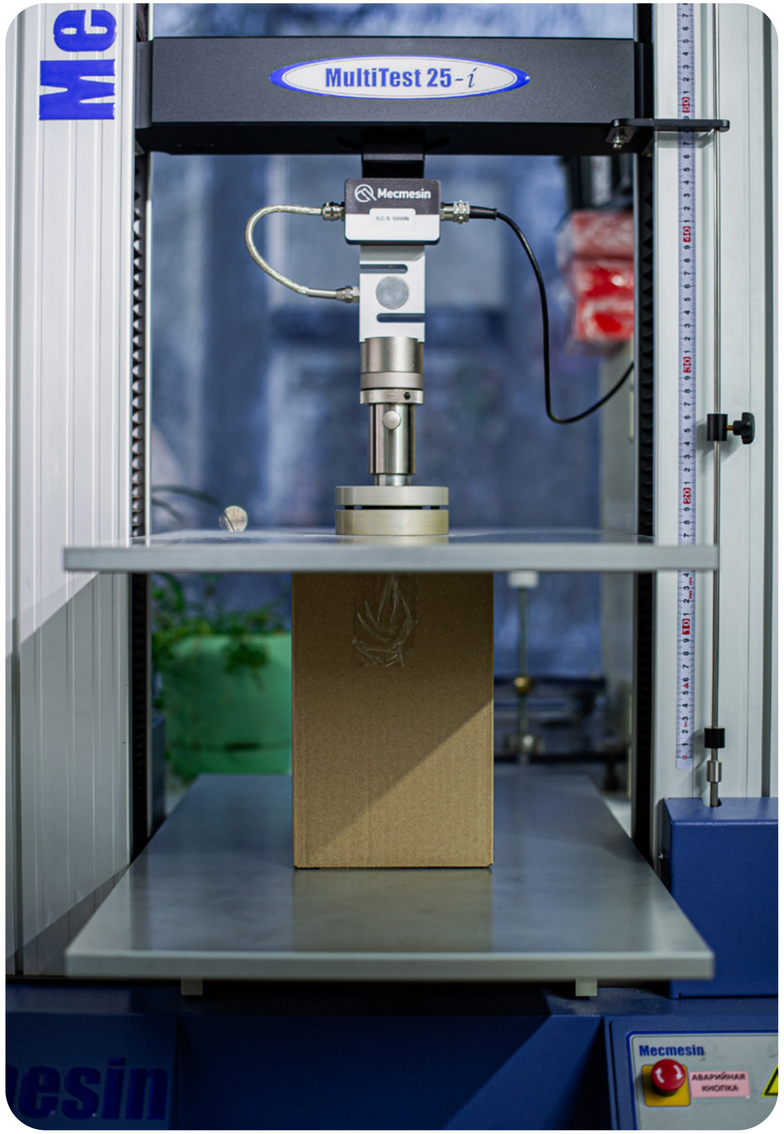
[4] Efficient Consumer Response — сообщество ведущих производителей и ритейлеров.

Добровольный стандарт устойчивой упаковки

В 2023 году ЮниРусь вместе с ECR, X5 Group и другими партнерами инициировала подготовку рекомендаций по транспортной упаковке для сервисов электронной коммерции и розничных сетей дистанционной торговли. Проект реализуется в России и продолжает действовать по сей день.

Эта инициатива напрямую связана с обязательством Компании к 2030 году сделать всю пластиковую упаковку перерабатываемой, пригодной для повторного использования или компостирования.





07.

Экология

Снижение воздействия на окружающую среду 83

Выбросы в атмосферный воздух 89

Управление водными ресурсами 91

Управление отходами 93

Изменение климата и энергоэффективность 99



Снижение воздействия на окружающую среду

GRI 304-2, GRI 304-3

ЮниРусь контролирует свое воздействие на окружающую среду на каждом этапе производства. Особое внимание мы уделяем снижению уровня шума, сокращению выбросов загрязняющих веществ и парниковых газов, уменьшению объема отходов и сточных вод. В своей деятельности мы соблюдаем все предусмотренные природоохранным законодательством требования.

Отдел производства и поставок напрямую влияет на экологические показатели Компании через внедрение энергоэффективных технологий, сокращение отходов и выбросов, оптимизацию производственных процессов. Эти меры позволяют нам минимизировать негативное воздействие Компании на окружающую среду.

Подход к управлению вопросами охраны окружающей среды регулируется внутренними документами Компании: Соглашением в области безопасности, окружающей среды и физической безопасности, а также Кодексом принципов ведения бизнеса.

Национальный зеленый стандарт

Компания поддерживает добровольный национальный стандарт ГОСТ Р «Устойчивое развитие бренда», который вводит понятие «зеленого бренда» и устанавливает критерии оценки систем управления брендом с учетом принципов устойчивого развития. В 2024 году мы также запустили зеленый рейтинг устойчивых брендов совместно с Роскачеством.



Система экологического менеджмента

В Компании внедрена система экологического менеджмента, основанная на внутреннем стандарте, согласованном со стандартом ISO 14001[1]. Система работает по циклу PDCA (Plan–Do–Check–Act — планирование, выполнение, проверка, действие). В рамках этого цикла мы регулярно оцениваем экологические аспекты, определяем приоритеты, устанавливаем количественные цели и разрабатываем программы для их достижения. Система также предусматривает проведение внутренних аудитов.

В 2024 году мы приступили к разработке стандарта по управлению вопросами окружающей среды, а в 2025 году планируем его утвердить.

Сохранение лесов и биоразнообразия

Деятельность по сохранению лесов и биоразнообразия — часть комплексной работы в области охраны окружающей среды. Компания развивает природоохранные проекты, вовлекая в их реализацию партнеров и местные сообщества, а также занимается просвещением в области ответственного туризма.

В своей деятельности ЮниРусь не оказывает существенного воздействия на уязвимые экосистемы и биоразнообразие.



[1] Международный стандарт систем экологического менеджмента.

Проект «Оршинский мох»

(Тверская область)

Уникальный для региона проект:
лесные земли впервые арендованы для проведения научных исследований.

Оршинский мох — болотный массив на территории Тверской области площадью 43 200 га, требующий восстановления из-за активной добычи торфа. С декабря 2024 года Компания реализует инициативу по вторичному обводнению ранее осушенных торфяников в рамках проекта по декарбонизации.

В рамках проекта Компания разработала план освоения лесов, провела общественные слушания и встречи с местными сообществами. Особое внимание мы уделяем взаимодействию с органами власти, научными и образовательными организациями, общественными объединениями и местным населением.







Мы провели оценку биоразнообразия и выявили

52 индикаторных вида растений[2]

14 видов птиц

26 краснокнижных видов мхов

9 видов птиц, занесенных в Красную книгу Российской Федерации

21 вид птиц из Красной книги Тверской области

Кроме того, разработана программа по увеличению биоразнообразия в зоне реализации проекта и на прилегающей территории. Программа включает:

- установку гнездовых платформ для скопы;
- наблюдение и создание условий для гнездования большой белой цапли;
- мониторинг инвазивных видов и борьбу с ними;
- изучение синантропных видов[3].

В 2024 году сотрудники Компании участвовали в установке платформ для гнезд скопы, основные работы запланированы на 2025 год.

В конце 2026 — начале 2027 года будут выпущены первые углеродные единицы после верификации Климатического проекта.

[2] Виды растений, которые реагируют на изменения в окружающей среде и могут служить показателями качества среды.

[3] Вид растений и животных, образ жизни которых связан с человеком, его жильем, созданным или измененным им ландшафтом.

Проект «Забота о Байкале: Сохраним экосистему Чивыркуйского перешейка» (озеро Байкал, 2025 год)

Торговая сеть «Пятёрочка» совместно с косметическим брендом Чистая линия и фондом «Озеро Байкал» реализует проект по сохранению природы Чивыркуйского перешейка — территории национального парка, где действует строгий режим «зоны покоя», запрещающий стоянки автомобилей, размещение лагерей и сбор растений.

В рамках проекта создаются специальные ботанические тропы, которые помогут защитить редкие виды растений, встречающиеся только в этом регионе. Команда проекта будет изучать местных птиц, проводить научные исследования и готовить образовательные материалы для гостей парка.

Главная цель — уменьшить влияние человека на хрупкие природные системы и научить туристов бережному отношению к окружающей среде, поскольку неконтролируемый туризм становится серьезной угрозой для местной флоры и фауны.

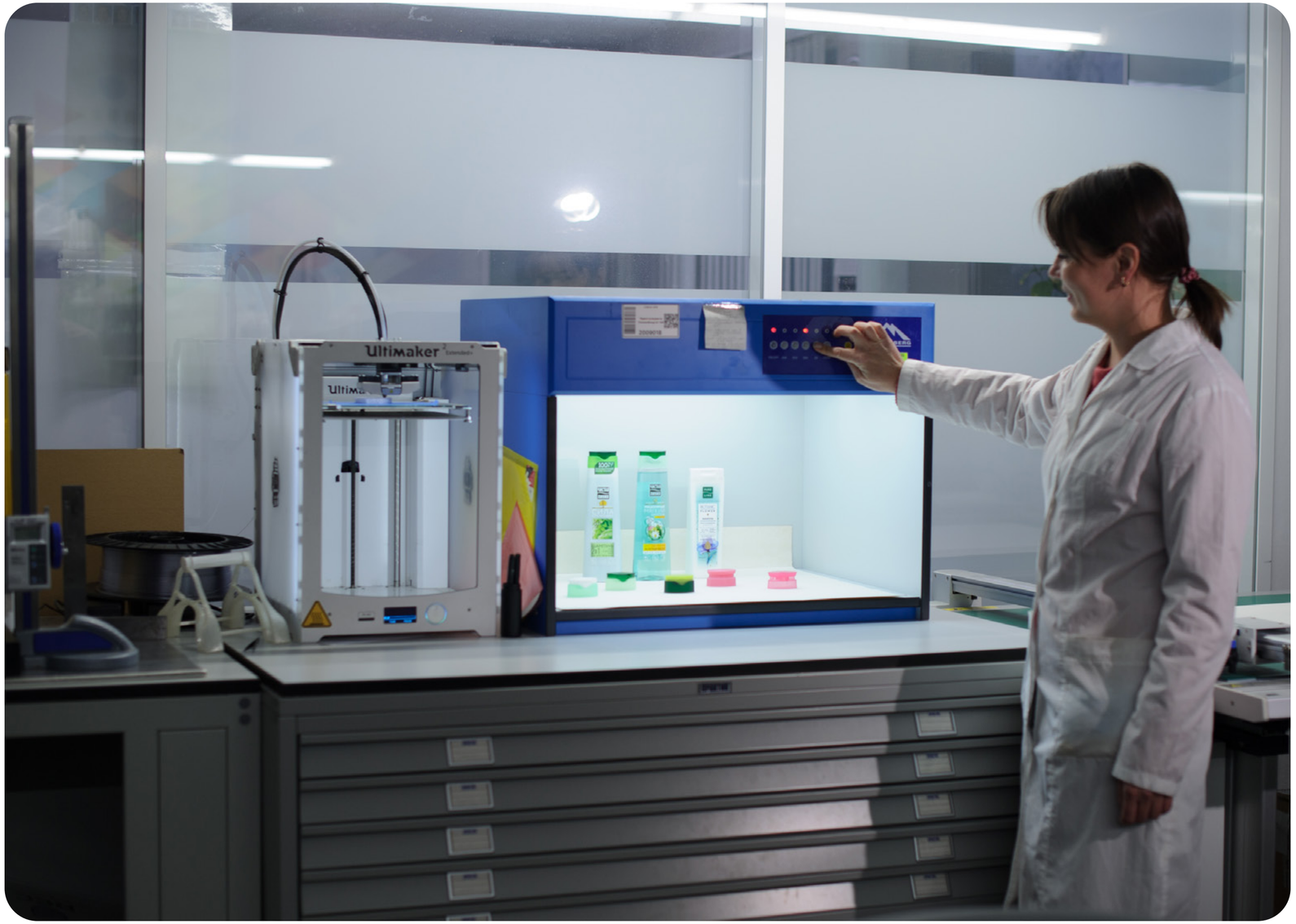


Биоразлагаемость и натуральность состава продуктов

В 2024 году Компания сохранила прежний подход к разработке биоразлагаемой и экологичной продукции, интегрируя в стратегию ключевые тренды устойчивой упаковки для создания инновационных, эффективных и устойчивых решений. На XVI Международном форуме «Экология» ЮниРусь подписала соглашение о сотрудничестве с Роскачеством, которое закрепляет намерение Компании создать и внедрить систему сертификации парфюмерно-косметической продукции с экологическими заявлениями.

Цель партнерства — формирование прозрачных стандартов для косметической продукции с экологическими заявлениями. Это позволит потребителям делать осознанный выбор, обеспечит Компании понятные и единые правила работы, а также будет способствовать развитию устойчивых и ответственных практик в отрасли. Мы намерены разработать ГОСТ для косметики с экологическими заявлениями совместно с Роскачеством.

На 2025–2026 годы мы также запланировали работу по повышению натуральности составов отдельных продуктов бренда Чистая линия.



Выбросы в атмосферный воздух

GRI 305-7

ЮниРусь отслеживает и контролирует выбросы загрязняющих веществ в атмосферу, которые образуются в результате деятельности Компании. Структура выбросов в 2024 году отражает стабильность производственных процессов. Основную долю по-прежнему составляют летучие органические соединения и угарный газ, что характерно для пищевых предприятий.

0,08 тыс. тонн — общий объем выбросов загрязняющих веществ в 2024 году





На 12% снизились удельные выбросы загрязняющих веществ в атмосферу по сравнению с 2023 годом — до 1,18 тонн на 1 млрд руб. выручки



Валовый объем выбросов загрязняющих веществ по Компании[1]

Показатель, тыс. т	2022	2023	2024
Валовый объем выбросов загрязняющих веществ по Компании, в том числе:	**0,09**	**0,08**	**0,08**
Оксиды азота (NOx)	0,00002	0,00002	0,00002
Оксиды серы (SOx)	0	0	0
Твердые частицы	0	0	0
Летучие органические соединения (ЛОС)	0,05	0,04	0,04
Угарный газ (CO)	0,04	0,04	0,04
Опасные загрязнители воздуха (ОЗВ)	0	0	0
Стойкие органические загрязнители (СОЗ)	0	0	0
Прочие газообразные и жидкие вещества	0	0	0

[1] Данные в таблице представлены с округлением, поэтому валовый показатель может незначительно отличаться от суммы по отдельным категориям выбросов.
[2] Clean in Place — система автоматической мойки оборудования без демонтажа.

Федеральный проект «Чистый воздух»

Производственная площадка в Омске участвует в федеральном проекте по квотированию выбросов загрязняющих веществ в атмосферу «Чистый воздух». Проект стартовал в 2019 году и охватывает 19 городов России, включая Омск, где расположена наша фабрика по производству мороженого.

Согласно требованиям проекта, необходимо снизить выбросы по приоритетным веществам на 20% относительно уровня 2017 года.

ЧИСТЫЙ ВОЗДУХ

К 2024 году мы перевыполнили задачу проекта, снизив выбросы на 52% относительно 2017 года.

Такого результата удалось достичь благодаря:

- повышению энергоэффективности производства;
- устранению потерь;
- реконструкции паропровода CIP[2];
- замене конденсатоотводчиков;
- замене теплообменников CIP;
- изоляции трубопроводов.

В декабре 2024 года Межведомственный совет по проведению эксперимента по квотированию выбросов согласовал мероприятия по достижению установленных для производственной площадки квот выбросов. Эффективность реализованных мероприятий будет оценивать территориальное отделение Росприроднадзора в соответствии с утвержденным планом проверок в 2025 году.

Управление водными ресурсами

GRI 303-1, GRI 303-2, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5

ЮниРусь управляет водными ресурсами на основе принципов разумного и рационального водопользования. Для каждой производственной площадки Компания устанавливает цели по снижению водопотребления. Работу по оптимизации водопотребления координирует Отдел по охране труда, окружающей среды и физической безопасности.

Все производственные площадки Компании подключены к системе городского водоснабжения, а на площадках в Туле и Екатеринбурге для технических нужд дополнительно используется артезианская вода. Компания потребляет только пресную воду.

Весь объем сточных вод направляется в городские системы водоотведения. Для контроля качества сточных вод Компания руководствуется Постановлением Правительства РФ № 644 «Об утверждении Правил холодного водоснабжения и водоотведения и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации».

Мы также реализуем собственные мероприятия по повышению эффективности управления водными ресурсами и улучшению качества сточных вод. Например, в отчетном периоде Компания установила систему докачивающих насосов на производственной площадке в Екатеринбурге. Это позволило сократить потери готовой продукции на 5000 кг в месяц при переходе с продукта на продукт и промывке оборудования.

Компания не осуществляет забор или сброс воды в регионах с наблюдаемым дефицитом водных ресурсов.

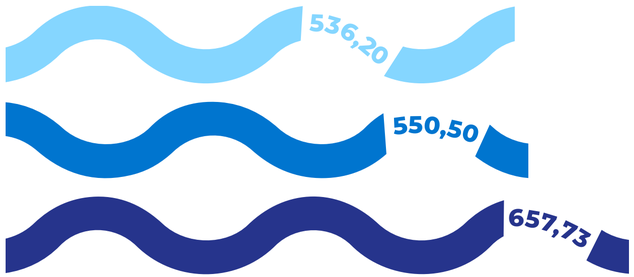
0 количество нарушений требований к качеству воды в 2024 году

0 количество нарушений законодательства по превышению нормативов допустимых сбросов (НДС) и требований к качеству воды, направляемой в муниципальные сети, а также нарушений требований решения о водопользовании в 2024 году

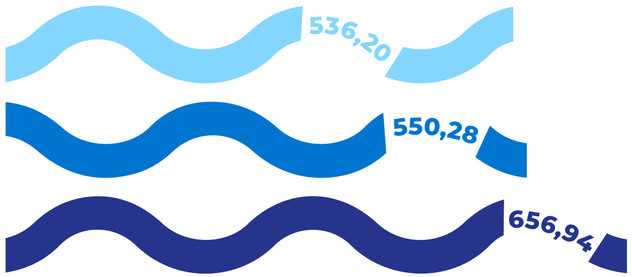


Показатели водопользования по Компании

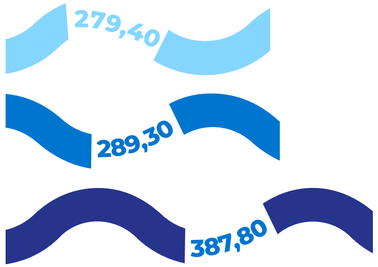
Забор воды, тыс. м³



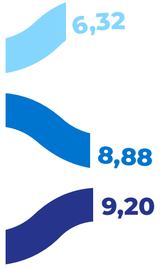
Объем водопотребления, тыс. м³



Водоотведение, тыс. м³



Удельное водопотребление в расчете на выручку, тыс. м³/млрд руб.



2022[1] 2023 2024

В 2024 году водопотребление выросло на 19%, что напрямую связано с увеличением объема производства продукции.

[1] Данные за 2022 год не включают в себя забор и потребление воды из подземных источников, так как они не входят в текущий периметр Компании.

Планы на 2025 год

В 2025 году Компания продолжит внедрять меры по рациональному использованию водных ресурсов на своих производственных площадках.

- В Туле планируется установить усреднительную емкость на местных очистных сооружениях, что повысит качество очистки сточных вод на 20%, а производительность — на 50%.
- На производственной площадке в Санкт-Петербурге будут модернизированы системы охлаждения биореактора и выполнен монтаж системы охлаждения буферной емкости, что позволит Компании:
  - снизить температуру в емкостях биореактора и буферной емкости;
  - повысить качество очищенной воды;
  - снизить эксплуатационные риски.

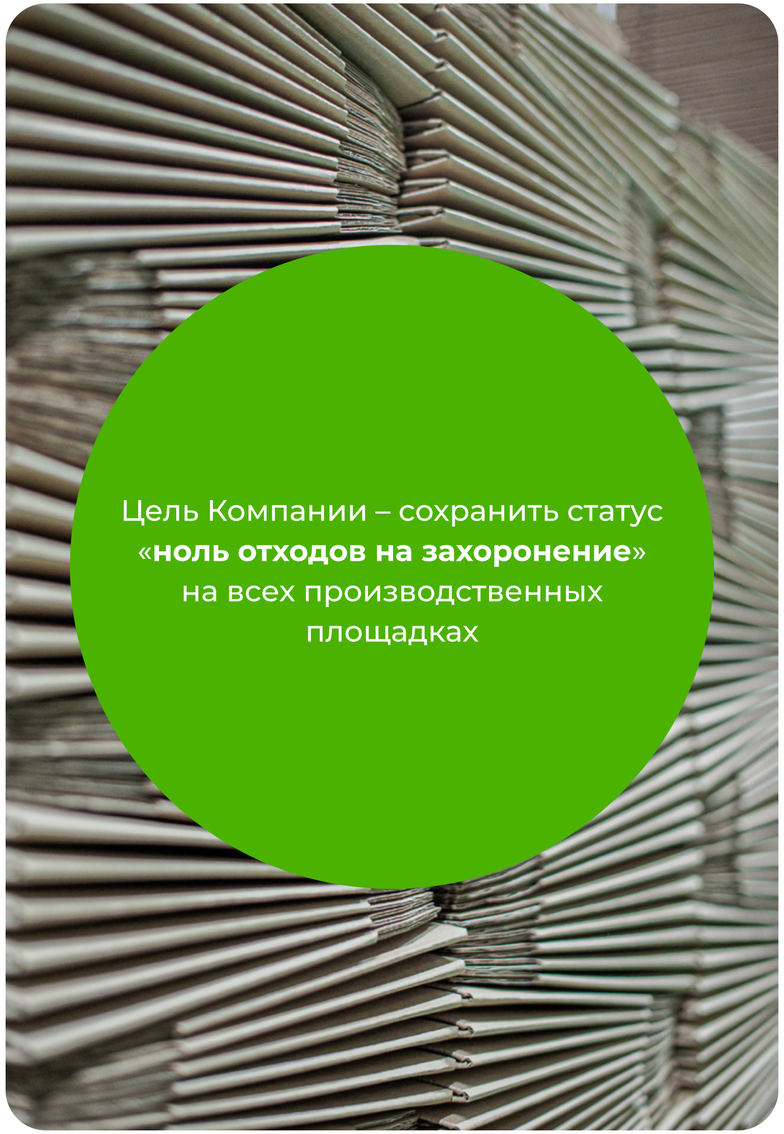
Управление отходами

GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5

Подход к управлению отходами

В своей работе с отходами ЮниРусь придерживается принципа **5R**: отказаться (reject), сократить (reduce), повторное использовать (reuse), переработать (recycle), восстановить (recover). Этот принцип будет также включен в новый внутренний стандарт по управлению отходами, который в текущий момент находится в стадии разработки. Помимо прочего, стандарт зафиксирует способы обращения отходами по степени их приоритетности, при этом захоронение отходов в случаях, когда это не является законодательным требованием, и вовсе недопустимо.





Степени приоритетности способов обращения с отходами

- Сокращение образования
- Утилизация (повторное использование)
- Утилизация (переработка)
- Обработка
- Обезвреживание (с использованием энергии)
- Обезвреживание (без использования энергии)
- Захоронение

ЮниРусь развивает ответственный подход к управлению отходами среди своих сотрудников. Компания организует и проводит обучающие мероприятия на производственных площадках, посвященные правилам раздельного сбора отходов.

С 2015 года все производства ЮниРусь в России работают по принципу «ноль неопасных отходов на захоронение». Мы также ожидаем от всех наших партнеров в области обращения с отходами соответствия этому принципу, для чего проводим предварительный аудит до заключения договора, без которого начало сотрудничества невозможно. В течение работы с контрагентом Компания продолжает проводить периодические проверки.

Сокращение образования отходов

Основным направлением нашей работы в рамках управления отходами является минимизация количества образующихся отходов. Для этого мы постоянно внедряем меры по сокращению потерь на производствах.

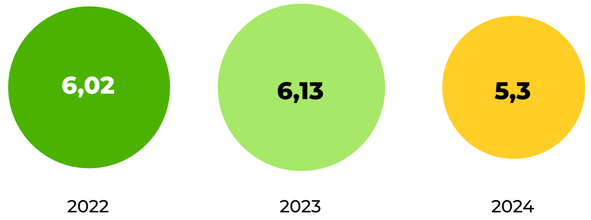
Так, в Санкт-Петербурге Компания пересмотрела систему обращения с отходами от локальных очистных сооружений. Ранее ил накапливался в пластиковых кубах, которые вместе с содержимым направлялись на обезвреживание. Также на обезвреживание направлялись картонные бочки из-под сырья. В результате оптимизации ил теперь накапливается в картонных бочках из-под сырья, а освободившиеся кубы продаются как оборотная тара, что позволило существенно сократить общий объем образующихся отходов.

Благодаря улучшению производственных процессов и внедрению ресурсосберегающих технологий объем образованных отходов сократился в 2024 году на **13,5%** и составил **5,3 тыс. т.** Доля опасных отходов остается минимальной — менее 1%. Большую часть составляют неопасные отходы IV и V классов, что характерно для пищевых производств.

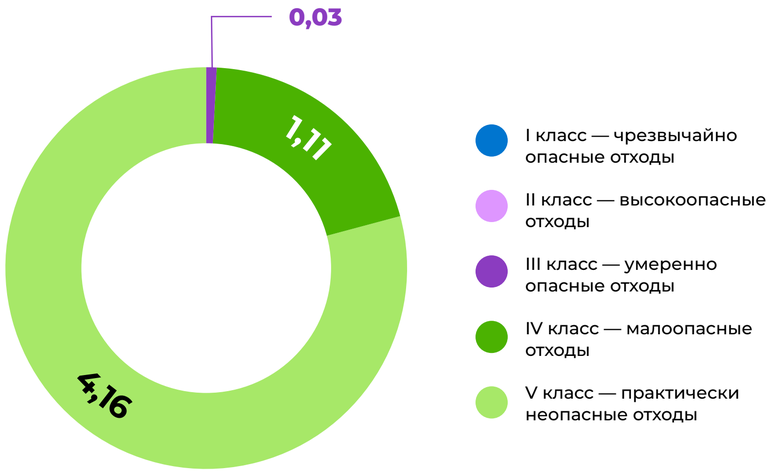
На 13,5%

сократился общий объем образованных отходов в 2024 году по сравнению с 2023 годом

Общий объем образования отходов, тыс. тонн

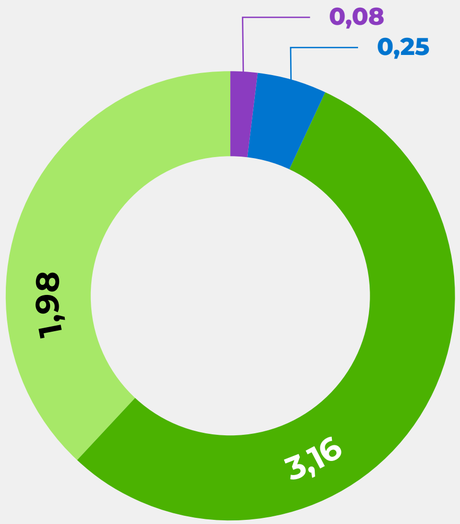


Объем образования отходов по классам опасности в 2024 году, тыс. тонн



Показатели, связанные с отходами, представлены в полном объеме в приложении «Дополнительные данные».

Обращение с отходами в 2024 году, тыс. тонн



- Повторное использование
- Утилизация в производстве
- Сжигание с извлечением энергии
- Сжигание без извлечения энергии
- Захоронение

Утилизация — основной способ обращения с отходами. В 2024 году мы отправили на утилизацию 3,16 тыс. т отходов, что на 25% больше, чем в 2023 году. Практически все отходы этой категории (99,9%) — неопасные отходы IV—V классов, которые мы передаем подрядчикам. Опасные отходы составляют всего 0,1% — их мы также передаем внешним подрядчикам для дальнейшей утилизации.

На 25%

больше отходов отправлено на утилизацию в 2024 году, чем годом ранее

На всех площадках ЮниРусь организован раздельный сбор отходов с последующей передачей на переработку. Только в 2024 году передача на переработку принесла Компании дополнительный доход в 3,5 млн рублей.

Мы допускаем возможность направления отходов на сжигание без использования полученной энергии в рамках подхода «ноль отходов на захоронение», однако сжигание с использованием полученной энергии остается более приоритетным.

Передача жидких органических отходов на компостирование

В 2024 году ЮниРусь реализовала новое мероприятие по управлению отходами на предприятии в Туле. Компания нашла более экологичное решение для утилизации жидких органических отходов — мороженого, утратившего потребительские свойства. Если ранее такие отходы сжигались с получением энергии, то теперь они направляются на компостирование по собственным технологиям партнерской организации. Мороженое смешивается с другими отходами на площадке партнера, проходит все технологические этапы и превращается в готовый компост для продажи.

В результате внедрения новой системы мы передали на компостирование 415 тонн отходов мороженого, что также позволило сэкономить около 2 млн рублей.

Всего в 2024 году Компания направила на сжигание и захоронение 2,31 тыс. т отходов — на 20% меньше, чем в предыдущем году. Снижение подтверждает эффективность мер по переработке и повторному использованию отходов.

На 20%

меньше отходов отправлено на сжигание и захоронение в 2024 году по сравнению с 2023 годом

Мы постоянно находимся в поиске новых решений для более эффективного управления отходами. Так, мы провели успешное тестирование нового решения — переработки биологических отходов очистных сооружений в компост. Ранее такие отходы направлялись на сжигание, однако проведенные исследования (в первую очередь, на содержание тяжелых металлов) подтвердили безопасность состава для компостирования. После успешного тестирования планируется с мая 2025 года направлять флотопену на переработку в компост вместо утилизации путем сжигания.

Кроме того, Компания изучает рынок альтернативных способов утилизации на предмет возможности производства топлива для печей цементных заводов из пластиковых отходов. После изучения технологического процесса ЮниРусь намерена приступить к переработке упаковки с процентом загрязнения менее 50%. В июне 2025 года планируется отправить первую тестовую партию.

Реализация этих проектов позволит Компании минимизировать объемы отходов, направляемых на сжигание, и развивать более экологичные способы их утилизации.

Упаковка продукции и пригодность к переработке

ЮниРусь учитывает ключевые тренды устойчивого развития в области упаковки, уделяя особое внимание локализации поставщиков для обеспечения стабильных поставок качественного сырья и поддержания достигнутого уровня пригодности упаковки к переработке.

В 2024 году показатели пригодности к переработке остались на прежнем уровне и составили 98% для упаковки продукции бытовой химии и 81% — для косметической продукции.

Компания продолжает использовать переработанный пластик (rPET — переработанный полиэтилентерефталат): в 2024 году 32 упаковочные позиции, которые используются для 232 товарных позиций, полностью состояли из rPET.

В 2024 году мы изменили упаковку бальзамов для губ Чистая Линия с пластиковых блистеров с картонной подложкой на полностью картонные футляры. Эта инициатива сократила потребление пластика примерно на **5 тонн** в год.



Увеличенные форматы упаковки

В 2024 году мы запустили масштабный выпуск больших форматов упаковки для шампуней, бальзамов для волос и гелей для душа. Большие форматы снижают расход упаковочного материала на 1 мл продукта.

Эффективность больших форматов по брендам:



Шампуни Тресемме	Шампуни Клиар	Гели для душа Акс	Гели для душа Акс	Гели для душа Camay	Жидкое мыло Бархатные ручки
>20%	>10%	50% (в 2 раза)	>10%	>20%	50% (в 2 раза)

Оптимизация упаковки и сокращение пластика

В 2023 году бренд Чистая Линия запустил премиальную линейку средств для лица в сменных блоках. Это сократило потребление пластика и вес упаковки, а также снизило углеродный след при транспортировке.

В 2024 году продано 96 732 рефила, 98% упаковки которых пригодны к переработке.

Рекомендации по устойчивой транспортной упаковке

Совместно с партнерами мы разработали рекомендации по более экологичной транспортной упаковке для электронной коммерции и розничных сетей. Рекомендации призваны сократить использование избыточной упаковки, сохранив при этом потребительские свойства товара при доставке.

Инфраструктура сбора отходов

Совместно с партнерами ЮниРусь развивает сеть точек сбора упаковки для дальнейшей передачи на переработку.

В магазинах торговой сети «Перекрёсток» в нескольких городах установлена сеть из 14 фандоматов для сбора пластика, которые в 2024 году собрали 600 кг материала. С момента запуска проекта в 2019 году общий объем собранного пластика составил 4,4 тыс. кг.

В рамках проекта по сбору алюминиевых аэрозольных баллонов в 2024 году:

- Компания расширила географию присутствия до пяти городов: Москвы, Санкт-Петербурга, Самары, Нижнего Новгорода и Тулы;
- к концу года количество точек сбора увеличилось до 51 контейнера — 30 из них открылись в 2024 году.

4 тонны

алюминиевых аэрозольных баллонов собрала ЮниРусь в 2024 году в рамках совместного проекта с торговой сетью «Перекрёсток»

+70% по сравнению с прошлым годом





Изменение климата и энергоэффективность

GRI 3-3, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4

Мы осознаем важность вопросов изменения климата и отмечаем растущий интерес потребителей и других заинтересованных сторон к этой теме.

Помимо внутренних инициатив по снижению климатического воздействия, мы участвуем в отраслевых инициативах, направленных на совместное снижение климатических рисков и развитие устойчивых практик: Компания участвует в Лиге зеленых брендов и ESG-Альянсе, ведет диалог с региональными властями и федеральными министерствами по вопросам устойчивого развития. Более подробная информация об отношениях с заинтересованными сторонами раскрыта в главе «Взаимодействие с заинтересованными сторонами».

ЮниРусь участвует в разработке климатической маркировки и цифрового паспорта продукта, а также следит за развитием зеленого финансирования, субсидий и поощрительных инструментов, которые открывают новые возможности для бизнеса и более смелых климатических целей.

Подход к управлению вопросами изменения климата и энергоэффективности

Стратегические решения в области изменения климата и энергоэффективности утверждаются Правлением, а их реализацию обеспечивают семь ключевых отделов — от исследований до логистики.

Директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию и вице-президент по цепочкам поставок несут ответственность за климатические проекты в рамках своих должностных обязанностей.

Координацию всех процессов управления обеспечивает отдел корпоративных отношений и устойчивого развития.

Отдельное внимание в отчетном периоде мы уделили проекту «Оршинский мох» — климатической инициативе на территории торфяников Тверской области. Помимо экологической составляющей, проект направлен на сохранение биоразнообразия и способствует увеличению естественного поглощения углекислого газа болотными экосистемами. Более подробная информация о проекте раскрыта в разделе «Снижение воздействия на окружающую среду».

Климатические цели ЮниРусь

- Достичь **нулевых** выбросов парниковых газов в производственной и операционной деятельности (Область охвата 1 и 2) к 2030 году.
- На **42%** сократить выбросы от использования топлива, хранения товаров, создания упаковки, потребления и утилизации (Область охвата 3) к 2030 году, относительно уровня 2021 года.

Результаты 2024 года

0,074 кг CO_2-экв. на кг продукции — объем удельных выбросов парниковых газов[1] в 2024 году (-9% относительно 2023 года)

В отчетном году мы приняли решение изменить базовый год для оценки выбросов парниковых газов с 2015 года на 2023, что позволит нам точнее оценивать эффективность работы и прозрачнее отслеживать прогресс по климатическим целям после завершившейся трансформации бизнеса. В периметр расчета парниковых газов включаются все активы под операционным контролем Компании.

[1] Область охвата 1 и Область охвата 2.

[2] В случае, если на графике указан прочерк, показатель за 2023 год не рассчитывался.

[3] Для расчета выбросов использовался Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ от 27 мая 2022 г. № 371 «Об утверждении методик количественного определения объемов выбросов парниковых газов и поглощений парниковых газов». Источник использованных для расчета коэффициентов выбросов и уровня потенциала глобального потепления (ПГП) – AR 6 IPCC.

[4] Для расчета выбросов использовался Приказ Минприроды России от 29.06.2017 № 330 «Об утверждении методических указаний по количественному определению объема косвенных энергетических выбросов парниковых газов». Источник использованных для расчета коэффициентов выбросов и уровня ПГП – АТС-Энерго, AR 6 IPCC.

[5] Для расчета выбросов использовалась методология GHG Protocol. Источник использованных для расчета коэффициентов выбросов и уровня ПГП – AR 6 IPCC.

Объем выбросов парниковых газов, т CO_2-экв.[2]

Объем валовых прямых выбросов парниковых газов (Область охвата 1)[3]



Объем валовых косвенных выбросов парниковых газов (Область охвата 2), рассчитанных по местоположению[4]

—

16 039

Объем валовых косвенных выбросов парниковых газов (Область охвата 2), рассчитанных рыночным методом[2]

0

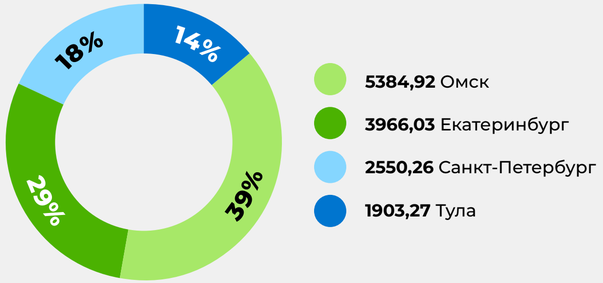
0

Общий объем прочих косвенных выбросов парниковых газов (Область охвата 3)[5]



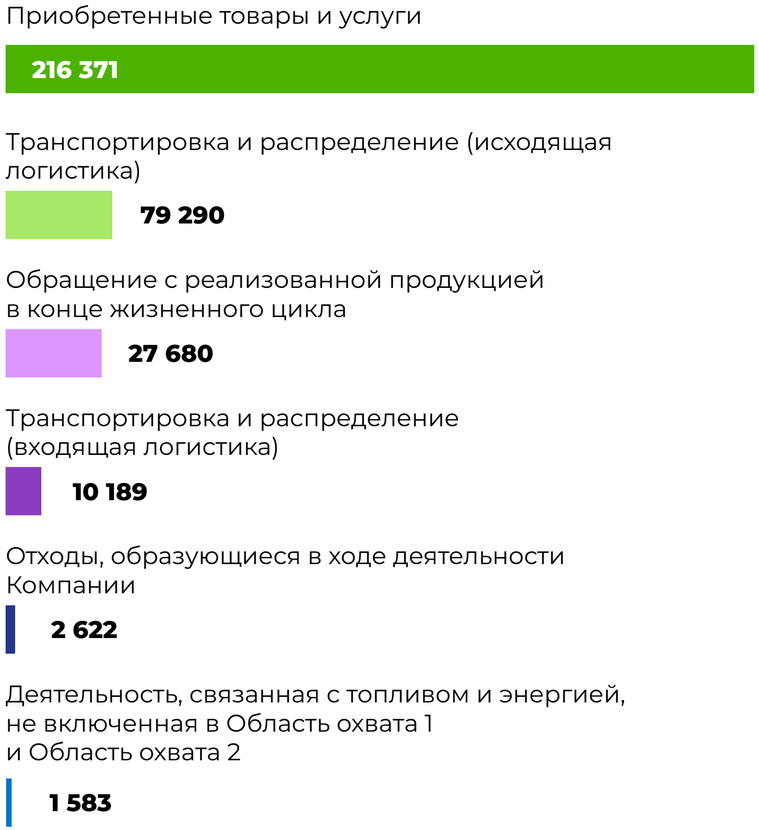
Увеличение выбросов парниковых газов по сравнению с 2023 годом связано с ростом объемов производства.

Валовые прямые выбросы парниковых газов (Область охвата 1) в разбивке по производственным площадкам, т CO_2-экв.





Объем прочих косвенных выбросов парниковых газов (Область охвата 3) в разбивке по категориям, т CO_2-экв.[6], 2024 год



ЮниРусь уделяет отдельное внимание энергоэффективности и стремится повышать долю потребления энергии, полученной из возобновляемых и низкоуглеродных источников.

[6] Данные на графике представлены с округлением, поэтому валовый показатель может незначительно отличаться от суммы по отдельным категориям выбросов.

393 519

ГДж — общее потребление энергии внутри организации в 2024 году

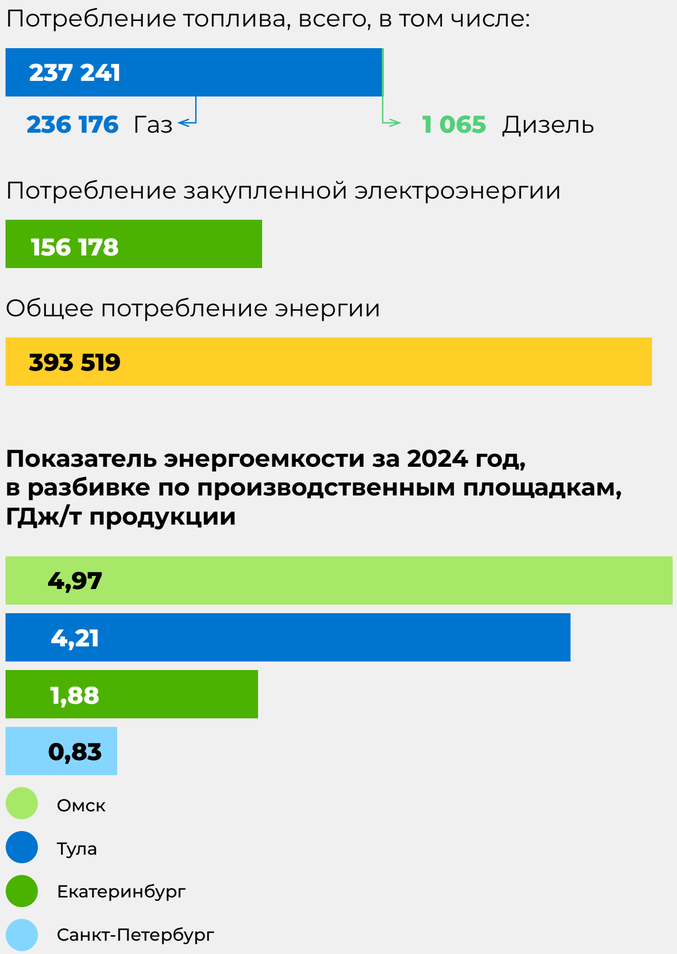
53%

доля энергии из возобновляемых источников в 2024 году

Планы на 2025 год

В конце 2025 года — начале 2026 года мы выпустим первые углеродные единицы в проекте «Оршинский мох», чтобы компенсировать часть выбросов за счет естественного поглощения CO_2 болотными экосистемами.

Потребление топлива из невозобновляемых источников по видам топлива (ГДж), 2024 год



Показатель энергоемкости за 2024 год, в разбивке по производственным площадкам, ГДж/т продукции

08.

Общество

Бренд работодателя	103
Здоровье и безопасность сотрудников	110
Забота о сотрудниках	114
Равенство, разнообразие и инклюзия	126
Благотворительность	131



Бренд работодателя

2024 год стал для ЮниРусь годом масштабной трансформации. Несмотря на изменения, связанные с продажей активов Unilever в России и Беларуси группе «Арнест» в октябре 2024 года, Компания смогла обеспечить стабильность, преемственность ключевых процессов и всестороннюю поддержку сотрудников.

В период изменений команда по управлению персоналом реализовала следующие важные инициативы:

- масштабную информационную кампанию по снижению тревожности, повышению осведомленности и сохранению доверия внутри команд, которая включала:
  - открытые встречи руководства с сотрудниками;
  - информационные сессии для команд подразделений;
  - специальные обучающие тренинги для руководителей в рамках программы «Лидерское сообщество» — с акцентом на поддержку команд в условиях изменений;
- масштабное применение ЭДО: в течение 10 дней в системе было подписано более 68 000 документов, что позволило оперативно и без сбоев реализовать кадровые и организационные процессы в период реструктуризации.

Цифровизация кадровых процессов

Изменения в Компании сопровождались цифровой трансформацией, в ходе которой в 2024 году мы внедрили локальную ИТ-систему по управлению персоналом. В нее вошли модули по следующим направлениям:

- Подбор персонала;
- Адаптация;
- Обучение и развитие;
- Оценка эффективности;
- Льготы и вознаграждение.

Эффективность новой ИТ-системы подтверждается высокой степенью вовлеченности сотрудников:

99%

штатных сотрудников используют систему ежемесячно

85%

рекомендуют ее своим коллегам

Для поддержки принятия решений на основе данных также был разработан и внедрен аналитический HR-дашборд, обеспечивающий визуализацию ключевых показателей и аналитики по персоналу.

Бренд работодателя и ценностное предложение

Ценностное предложение ЮниРусь как работодателя (EVP) — «Смелость создавать» — служит фундаментом для создания имиджа привлекательного работодателя и основой кадровых коммуникаций. В ходе трансформации Компания сохранила и усилила это позиционирование, интегрировав его в ключевые процессы работы с персоналом.

Смелость создавать

наше ценностное предложение
как работодателя

Манифест ценностного предложения работодателя

Смелость — стремление экспериментировать, меняться и создавать уникальные продукты — рождается из заботы и доверия. Мы растем через принятие сложных решений, становимся лидерами и выходим за рамки привычного, потому что знаем: с поддержкой команды мы можем создать больше, чем просто продукт.



Ключевые атрибуты нашего ценностного предложения работодателя:

- Среда, которая развивает;
- Лидерство, которое заряжает;
- Успех, наполненный смыслом;
- Люди, которые вдохновляют.

В 2024 году для повышения узнаваемости ценностного предложения и усиления бренда работодателя Компания реализовала ряд комплексных инициатив:

- перезапустила брендбук и визуальный стиль EVP с учетом обновленной корпоративной айдентики;
- обновила программы взаимодействия с молодежью, включая стажировки и лидерские треки («Трек», «Ориентиры»);
- продолжила продвижение своих ценностей через инициативы клуба амбассадоров EVP: участие в проектах, мероприятиях и внутренних коммуникациях.

Признание на рынке труда

Компания заняла лидирующие позиции в национальных рейтингах и получила ряд наград, отражающих эффективность ее кадровой стратегии.

Основные достижения за 2024 год

Рейтинг работодателей Forbes — платиновый статус:

- платина — в блоке «Экология и корпоративное управление»;
- золото — в блоке «Сотрудники и общество».



Рейтинг работодателей HH.ru — вхождение в топ-3 работодателей сектора товаров широкого потребления по итогам года.

Рейтинг работодателей Best Company Awards от Changellenge — 4-е место среди компаний сектора товаров широкого потребления.

РБК — III категория в рейтинге работодателей — показатели выше среднего.

Премия «HR-бренд» — в 2024 году мы получили премию за победу в номинации «Равные возможности» за проект стажировок для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Взаимодействие с молодыми специалистами

В 2024 году мы продолжили сотрудничество с образовательными учреждениями — вузами и ссузами. В этой работе мы делаем акцент на формировании молодежного кадрового резерва по приоритетным направлениям бизнеса. Также в отчетном году мы уделили внимание выстраиванию адресного взаимодействия с профильными факультетами в ключевых вузах.

Для расширения охвата и привлечения студентов с различными интересами и карьерными устремлениями Компания использует разнообразные форматы взаимодействия. Такой подход позволяет учитывать специфику образовательных учреждений, уровень подготовки студентов и предпочтения целевой аудитории.

>2 000

личных взаимодействий с аудиторией через проекты в вузах

>9 000

студентов и выпускников узнали о нас через мероприятия и активации (ярмарки карьеры, лекции, ивенты, в том числе в регионах)

>4 100

выпускников бизнес-направлений зарегистрировались на лидерскую программу UFLP[1]

>200 000

человек — цифровой охват промо-кампаний через собственные каналы коммуникаций и внешние платформы



[1] До 2025 года — Unilever Future Leadership Programme.

ЮниРусь на постоянной основе реализует следующие инициативы:

- организует экскурсии на свои производственные и офисные площадки для студентов и преподавателей;
- участвует в карьерных днях и ярмарках вакансий;
- проводит профориентационные мероприятия с участием экспертов Компании очно и онлайн;
- организует практикоориентированные мероприятия: бизнес-кейсы, образовательные игры, воркшопы, тематические квизы;
- направляет своих специалистов для участия в защите дипломных и курсовых работ студентов;
- трудоустраивает студентов, успешно прошедших практику и стажировку в Компании;
- содействует развитию материально-технической базы партнерских вузов и ссузов, включая передачу современного лабораторного оборудования и приборов.

В 2024 году специалисты Компании провели гостевые лекции в ведущих университетах страны, включая НИУ ВШЭ, Финансовый университет при Правительстве РФ и Высшую школу бизнеса МГУ. Дополнительно мы организовали выездную встречу с активными участниками студенческой организации AIESEC с целью развития диалога с молодежной аудиторией и формирования карьерных ожиданий ее представителей.

>40

ведущих вузов и ссузов в регионах присутствия Компании, включая Москву, Санкт-Петербург, Тулу, Екатеринбург, Новосибирск и Омск, участвуют в ее партнерских образовательных программах.



Карьерные инициативы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

В рамках развития инклюзивных карьерных инициатив Компания провела специализированные карьерные сессии для студентов с ограниченными возможностями здоровья на базе НИУ ВШЭ.

Из 14 полученных заявок двое участников стали финалистами программы и получили индивидуальные карьерные консультации от специалистов Компании. Еще два участника были успешно трудоустроены в ЮниРусь.

По итогам отчетного периода мы отобрали восемь ключевых партнерских учреждений среднего профессионального образования — по два в каждом из приоритетных регионов.

Основные результаты взаимодействия с ссузами

52

студента прошли производственную практику на безвозмездной основе

6

студентов прошли оплачиваемую стажировку

17

выпускников были трудоустроены в Компанию

Наша работа с молодежной аудиторией охватывает не только студентов и выпускников вузов и ссузов, но и школьников. В 2024 году мы запустили Летнюю школу для старшеклассников, цель которой — ранняя профориентация и формирование у молодых людей интереса к основным направлениям деятельности Компании. Участники программы познакомились с основами работы в таких сферах, как цепочка поставок, маркетинг и инновации, а также получили представление о корпоративной культуре и карьерных возможностях в ЮниРусь.



Планы на 2025 год

В 2025 году Компания продолжит развивать экосистему управления талантами, акцентируя внимание на усилении бренда работодателя, повышении вовлеченности сотрудников и интеграции ценностного предложения работодателя во все основные HR-процессы.

Наши цели на 2025 год:

- обучение команд по управлению персоналом и линейных менеджеров единому подходу к применению ценностного предложения работодателя и трансформации HR-процессов;
- попадание в топ-5 работодателей сектора товаров широкого потребления по версии hh.ru, Changellenge, Forbes, Future Today;
- рост конверсии воронки найма на 10%;
- повышение осведомленности сотрудников о ценностном предложении работодателя на 10%;
- достижение уровня вовлеченности сотрудников свыше 80%;
- внедрение системы сбора и анализа мнений сотрудников для принятия более эффективных решений по управлению персоналом;
- сокращение периода между откликом кандидата на вакансию и приемом на работу до 20 дней.



Здоровье и безопасность сотрудников

GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5

GRI 403-7, GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10

Подход к управлению безопасностью сотрудников

В Компании действует многоуровневая система управления охраной труда и производственной безопасностью (ОТиПБ), которая позволяет нам оперативно реагировать на возникающие риски и внедрять единые стандарты на всех площадках.

Стратегическое управление в этой области осуществляет Центральный комитет по вопросам безопасности и экологии, возглавляемый Генеральным директором ЮниРусь.

За внедрение и соблюдение принятых в Компании стандартов и принципов в сфере ОТиПБ отвечает Отдел по охране труда, охране окружающей среды и физической безопасности. На каждом производственном объекте работают собственные комитеты по вопросам безопасности и экологии, которыми руководят директора фабрик, а также фокусные комитеты по отдельным направлениям.

В ЮниРусь также функционирует отдельный комитет по управлению происшествиями. Его основная задача — оперативное реагирование на чрезвычайные ситуации, возникающие на объектах Компании, прилегающих территориях или во внешней среде, которые могут затронуть сотрудников и повлиять на деятельность Компании.



Команда по физической безопасности, которая входит в Отдел по охране труда, охране окружающей среды и физической безопасности, регулярно оценивает внешние угрозы, с которыми могут столкнуться сотрудники Компании в зависимости от места выполнения рабочих обязанностей или места проживания. Для сотрудников создан электронный ресурс с обучающими материалами по действиям при возникновении чрезвычайных ситуаций.

В 2024 году мы руководствовались прежними политиками и иными нормативными документами.

В 2025 году, после реструктуризации Компании, были утверждены новые версии ключевых документов: Соглашения по безопасности, окружающей среде и физической безопасности, а также Кодекса принципов ведения бизнеса.

Взаимодействие с подрядчиками

0 количество травм среди сотрудников подрядных организаций в 2024 году

Система управления охраной труда ЮниРусь распространяет свое действие в том числе на сотрудников подрядных организаций. При заключении договоров все партнеры подписывают соглашение о соблюдении стандартов безопасности Компании, а перед началом работ наши специалисты проводят вводный инструктаж по охране труда, пожарной и физической безопасности.

На каждой фабрике учреждены комитеты безопасности по работе с подрядными организациями. Их задача — вовлечь партнеров в продвижение культуры безопасности на объектах Компании. Каждому подрядчику назначается куратор, который регулярно контролирует деятельность на объекте. Специалисты и руководители по контролю за работой подрядных организаций периодически проводят проверки, результаты которых обсуждаются на заседаниях комитета по управлению подрядными организациями. Комитет возглавляет главный инженер или другое компетентное лицо, а в его работе участвуют кураторы и уполномоченные представители подрядчиков.

Помимо результатов проверок, на заседаниях рассматривается статистика по небезопасным условиям труда и действиям сотрудников, а также выводы по происшествиям, произошедшим в ходе работы подрядных организаций.

Вовлечение сотрудников

Сотрудники Компании активно участвуют в улучшении условий труда: предлагают идеи, заполняют бирки безопасности и оценивают риски на своих рабочих местах. В непроизводственном секторе практика совместного анализа дорожно-транспортных происшествий помогает выявлять их первопричины и разрабатывать профилактические меры.

Обучение и развитие компетенций

Обучение по вопросам охраны труда в Компании является непрерывным процессом. Отдел по охране труда, охране окружающей среды и физической безопасности определяет потребности и привлекает лицензированных партнеров для проведения программ в очном и онлайн-форматах.

Основные темы обучения включают принципы безаварийного вождения, безопасные методы работы при воздействии опасных факторов, выполнение работ повышенной опасности, использование средств индивидуальной защиты, оказание первой помощи и пожарную безопасность. Особое внимание Компания уделяет процедуре блокировки-маркировки оборудования[1] и безопасности машин.



[1] Система блокировки и маркировки оборудования (LOTO) обеспечивает безопасность сотрудников, физически блокируя рабочие органы машин и помечая их специальными бирками. Эти процедуры предотвращают случайное включение оборудования или высвобождение опасной энергии во время обслуживания и ремонта, защищая сотрудников от травм.

Результаты работы в 2024 году

Система управления охраной труда и промышленной безопасностью прошла процедуру внутреннего аудита и охватывает 100% сотрудников

В 2024 году не зарегистрировано смертельных случаев, тяжелых травм или профессиональных заболеваний среди штатных сотрудников и работников подрядных организаций

0,14[1] показатель травматизма (LTIFR) среди сотрудников Компании и подрядных организаций в 2024 году (в 2023 году – 0,94)

[1] Среди сотрудников Компании и подрядных организаций. Показатель рассчитывается на 1 млн отработанных часов.

Компания завершила 2024 год с отличными результатами в области безопасности труда и здоровья сотрудников. За отчетный период не зафиксировано смертельных случаев, тяжелых травм или профессиональных заболеваний среди штатного персонала и работников подрядных организаций. Показатель частоты травм с временной потерей трудоспособности (LTIFR) среди сотрудников Компании и подрядных организаций составил 0,14 и является минимальным за все время нашей деятельности.

При этом показатель LTIFR среди работников подрядных организаций сохранился на нулевом уровне, а среди сотрудников Компании снизился относительно 2023 года с 1,18 до 0,18.

Внутренний опрос подтвердил высокий уровень доверия к политике безопасности:

95% сотрудников заявили, что уверены в заботе Компании об их безопасности

В 2024 году зафиксирован всего один случай с временной потерей трудоспособности, причиной которого стало нарушение инструкции по охране труда. По результатам расследования обновлены соответствующие стандарты, проведены минутки безопасности (краткие инструктажи), усилен контроль в рамках аудитов.

В отчетном периоде мы реализовали масштабную программу технических проектов в области безопасности напольно-промышленного транспорта, что позволило достичь нулевого уровня травматизма в этом направлении.



Показатели, связанные с охраной труда и производственной безопасностью, представлены в полном объеме в приложении «Дополнительные данные».

Планы на 2025 год

В отчетном периоде мы утвердили стратегию в области безопасности и экологии на 2025 год, в которой уделили внимание таким направлениям, как:

- обеспечение соответствия меняющемуся законодательству;
- локализация корпоративных стандартов с учетом специфики площадок;
- транспортная безопасность и снижение аварийности;
- повышение физической безопасности и совершенствование управления рисками;
- развитие поведенческой безопасности;
- оптимизация рабочего пространства для повышения комфорта и безопасности сотрудников.

Реализация этих инициатив позволит не только сохранить достигнутые результаты, но и обеспечить дальнейшее снижение уровня травматизма, поддерживая высокий уровень доверия сотрудников к системе управления охраной труда.



Забота о сотрудниках

GRI 2-7, GRI 401-1, GRI 401-2, GRI 401-3, GRI 403-6, GRI 403-7, GRI 404-1

GRI 404-2, GRI 404-3, GRI 405-1

По мере своего роста ЮниРусь укрепляет позиции привлекательного и надежного работодателя. При этом профессиональное развитие и благополучие сотрудников остаются нашим приоритетом. Для этого мы развиваем систему обучения, регулярно проводим оценку эффективности персонала, а также предоставляем достойное денежное вознаграждение и социальный пакет, включая ДМС.

Отдел управления персоналом решает широкий круг задач для создания эффективной рабочей среды. Специалисты отдела разрабатывают и реализуют программы развития и поддержки сотрудников.

Подход к управлению персоналом зафиксирован в политиках и иных внутренних документах, которые мы своевременно актуализируем. Так, в 2024 году мы ввели Положение о наставничестве, которое регламентирует порядок вознаграждения наставника за его деятельность и способствует передаче знаний внутри Компании. Мы также разработали программу вознаграждения для молодых специалистов, направленную на привлечение и удержание талантливых выпускников вузов.

Кроме того, мы увеличили размер материальной помощи для оказания сотрудникам поддержки в сложных жизненных ситуациях; адаптировали программу долгосрочного вознаграждения под российский рынок; увеличили размер компенсаций в связи с релокацией сотрудников по инициативе Компании, а также компенсаций за использование личных транспортных средств.

ЮниРусь в полной мере соблюдает все нормы российского законодательства, включая Трудовой кодекс Российской Федерации. Сегодня мы ведем разработку стратегии, цель которой — привлечь больше линейных сотрудников и создать гибкие условия занятости.



Ключевые результаты 2024 года

Несмотря на масштабные организационные изменения, ЮниРусь продемонстрировала высокий уровень удержания ценных сотрудников.

Добровольная текучесть персонала по итогам 2024 года составила всего 10%, что свидетельствует об эффективности кадровой политики Компании. Особенно впечатляющих результатов удалось достичь в работе с ключевыми специалистами — среди них уровень добровольной текучести составил лишь 2%.

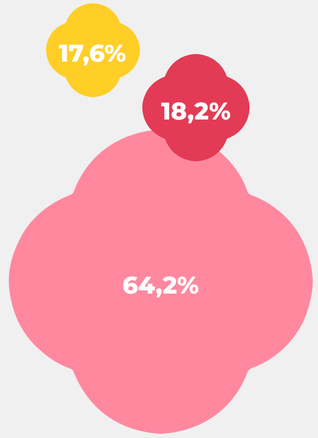
58% доля женщин среди руководителей высшего звена

10% добровольная текучесть персонала по итогам 2024 года



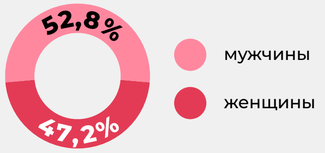
3 000 человек — численность сотрудников на конец 2024 года

Сотрудники в разбивке по возрасту



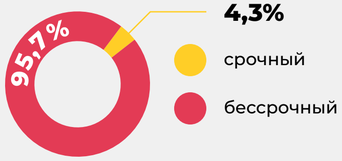
- до 30 лет
- 30-50 лет
- старше 50 лет

Сотрудники в разбивке по полу



- мужчины
- женщины

Сотрудники в разбивке по типу договора



- срочный
- бессрочный

Сотрудники в разбивке по типу занятости



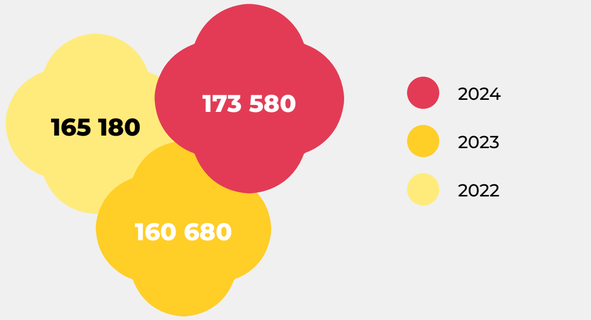
- полная
- частичная

Развитие и обучение

Мы уделяем внимание профессиональному и личностному развитию сотрудников. Для этого мы реализуем масштабные инициативы в области обучения, которые охватывают как общие образовательные форматы, так и развитие лидерских компетенций на всех уровнях управления.

60 часов в год — гарантированное время на обучение каждого сотрудника

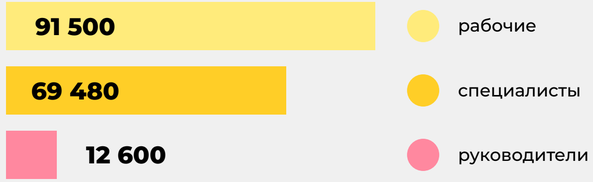
Общее количество часов обучения сотрудников



Количество часов обучения сотрудников, в разбивке по полу, 2024 год



Количество часов обучения сотрудников, в разбивке по должностям, 2024 год



Наш подход к обучению и развитию сотрудников включает четыре основных элемента: составление индивидуальных планов развития, внутреннее обучение и менторство, гибкость и непрерывность обучения, обеспечение доступа к современным образовательным ресурсам.

1. Индивидуальные планы развития

Для каждого сотрудника мы составляем индивидуальный план развития, который учитывает его навыки, профессиональные цели, проявление лидерских качеств и личное благополучие. План согласуется с сотрудником, его руководителем и отделом управления персоналом. Это обеспечивает прозрачность плана и вовлеченность в его реализацию всех заинтересованных сторон.

2. Внутреннее обучение и менторство

ЮниРусь развивает программы обучения, включая сессии с участием внутренних и внешних спикеров, мастер-классы, воркшопы, а также книжные и разговорные клубы. Действующая в Компании программа менторства помогает молодым специалистам перенимать знания и опыт от старших коллег.

Гибкость и непрерывность обучения

В 2024 году ЮниРусь сохранила курс на постоянное обучение сотрудников, внедряя инициативы, которые позволяют интегрировать обучение в повседневную деятельность. Компания поддерживает сотрудников психологически и организационно, помогая справляться с нагрузками и стрессом, а также сочетать обучение с рабочими задачами.

Инициатива «#время учиться»

В компании действует правило «#время учиться», согласно которому каждый четверг сотрудники должны выделять час на самообучение. Эта практика помогает сформировать устойчивую культуру непрерывного развития и укрепить навыки, необходимые в динамичной бизнес-среде.

Доступ к современным образовательным ресурсам

Ключевым проектом года стал запуск собственной экосистемы обучения (LMS[2]), разработанной с нуля в рекордные сроки с учетом внутренних требований ЮниРусь. Платформа обеспечивает доступ к образовательному контенту, автоматически подбирает курсы и программы по нужным навыкам и отражает прогресс сотрудников и команд в онлайн-режиме.

2000 сотрудников пользуются экосистемой обучения LMS (96% целевой аудитории)

100% показатель завершения программ

96% уровень удовлетворенности NPS

В 2024 году наиболее популярными курсами в LMS стали «Слайды на стол» — создание эффективных презентаций, «Повелители таблиц» — продвинутый курс по Excel, DDDM — принятие решений на основе данных, и «Закупки от А до Я» — основы закупочной деятельности.

В экосистему также вошел модуль оценки **«360 градусов»**. Оценка предусматривает многостороннюю обратную связь от коллег и руководителей, генерацию персональных образовательных рекомендаций и интеграцию с индивидуальными планами развития. В 2024 году в оценке приняли участие около 900 сотрудников.

[2] Learning Management System.

Программы профессионального роста

Компания продолжила системную работу по повышению вовлеченности и развитию персонала, уделяя внимание карьерному планированию, внутренней мобильности и преемственности управленческого состава.

Ключевым событием в этом направлении стала **Неделя карьеры** — открытый цикл онлайн-сессий, призванный помочь сотрудникам построить свою профессиональную траекторию. В каждой сессии участвовали от 70 до 150 человек, а темы охватывали развитие, обратную связь и кросс-функциональные возможности.

С апреля по июнь во всех подразделениях Компании прошли форумы по удержанию и развитию талантов. На этих мероприятиях были сформированы индивидуальные планы развития сотрудников и определены внутренние кандидаты на ключевые должности.

65% уровень закрытия менеджерских позиций за счет назначения внутренних кандидатов

Развитие лидерских качеств

Мы уделяем особое внимание развитию лидерских компетенций у сотрудников, рассматривая это как ключевой фактор успеха Компании. Системный подход к подготовке внутренних кадров помогает обучать эффективных руководителей и способствует их карьерному росту внутри организации.

В 2024 году ЮниРусь продолжила реализовывать комплексные программы развития для руководителей разных уровней:

- Программа **«Лидерское сообщество»** предназначена для опытных руководителей и включает модули по осознанности, коммуникациям, системному мышлению и цифровой трансформации. В 2024 году в ней приняли участие более 30 руководителей, а поддержали программу партнеры из «Сколково», The Edgers, а также эксперты Компании.
- Пилотная программа **«Лидерская среда»** ориентирована на руководителей на один уровень ниже Генерального директора и развивает финансовый кругозор, системное мышление и компетенции вдохновляющего лидерства. В 2024 году программу прошли около 35 менеджеров, а в 2025 году планируется ее расширение.
- **Академия линейного руководителя** (LMA) служит платформой для развития начинающих руководителей и включает широкий перечень обучающих сессий. В 2024 году обучение завершили 74 сотрудника, всего было проведено девять сессий.

Программа Ориентиры — развитие лидеров на производстве

В 2024 году мы запустили программу развития лидеров на производстве. Ее цель — раскрыть потенциал перспективных линейных сотрудников, сформировав из них руководителей и лидеров направлений через продуманный карьерный путь.

Программа рассчитана на три года и включает производственную и инженерную ротацию, смену фабрик и обучение гибким навыкам. В ней могут участвовать как кандидаты внутри Компании, так и за ее пределами.

В 2024 году для участия в программе были отобраны один внутренний и шесть внешних участников из 424 претендентов.

Развитие приоритетных навыков

В 2024 году ЮниРусь продолжила развивать у сотрудников приоритетные навыки через реализацию нескольких ключевых программ.

Так, **Академия электронной коммерции** предлагает обучение по модели «Start — PRO — Expert», направленное на постепенное повышение компетенций. Все участники успешно завершили программу, продемонстрировав очень высокий уровень удовлетворенности (NPS — 97%). При этом рост своих профессиональных навыков отметили 93% сотрудников.

Академия цифровой трансформации развивает цифровые навыки, включая принятие решений на основе данных (DDDM). В 2024 году обучение прошли более 200 сотрудников, из которых 13 получили соответствующие сертификаты.

U-Expert: развитие внутренних компетенций

ЮниРусь продолжает использовать результаты реализованных ранее программ U-Expert. По итогам 2023 года мы создали несколько популярных продуктов, востребованных сегодня в экосистеме обучения: «Слайды на стол», «Повелители таблиц» и «Эмоциональный интеллект».

В 2024 году в рамках специализированных программ для сотрудников бригадно-мастерового звена на производственных и логистических площадках обучение прошли 112 сотрудников. Мы адаптировали образовательный формат под их графики и специфику задач.

Марафон знаний

В 2024 году ЮниРусь провела ежегодный Марафон знаний, посвященный 1 сентября — Дню знаний. Мероприятие на тему «Чему обучаются профессионалы» прошло в обновленном интерактивном формате.

Компания сделала упор на развитии профессиональных навыков, востребованных в ключевых бизнес-направлениях, что позволяет сотрудникам глубже погрузиться в специфику конкретного подразделения. Мы подготовили специальную подборку образовательного контента, направленного на углубление профессиональных знаний и расширение компетенций.

4,7 из 5 — средняя оценка программы

Школа скрам-мастеров и фасилитаторов

Мы провели вторую волну Школы скрам-мастеров и фасилитаторов. Она объединила более 90 участников и была направлена на развитие внутренних компетенций в области гибких методологий (agile).

По итогам первой волны уже сформировано и функционирует сообщество agile-практиков численностью свыше 70 человек. В 2024 году сообщество провело 36 фасилитационных сессий, предоставило более 70 индивидуальных консультаций по agile-тематике, и сегодня поддерживает 10 команд Компании.

Такие проекты способствуют развитию гибкой корпоративной культуры и укрепляют навыки лидерства и фасилитации в командах.

Психологическая безопасность

ЮниРусь уделяет повышенное внимание формированию психологически комфортной рабочей среды, продолжая развивать программу обучения навыкам конструктивного общения и управления конфликтными ситуациями.

В 2024 году мы провели семь специализированных тренингов, в которых приняли участие 139 сотрудников:

- тренинги по конфликтологии — 35 участников;
- программы ненасильственного общения — 61 участник;
- курсы по психологической безопасности — 43 участника.

Тренинги направлены на развитие навыков эффективного управления конфликтами, формирование атмосферы взаимного уважения, культуры открытого диалога в коллективе и создание более безопасной психологической среды на рабочих местах.

В 2024 году мы направили усилия на развитие у сотрудников «антихрупкости» — ключевого навыка в условиях нестабильности и перемен. Для этого мы провели специальную UTalk-сессию с участием стороннего эксперта, а также интегрировали эту тему в программу «Лидерская среда». Тема охватывает инклюзивные управленческие практики, техники вовлечения и делегирования, формирование доверительных отношений в командах и использование обратной связи как инструмента роста.

Программы наставничества

В 2024 году ЮниРусь продолжила развивать внутреннюю программу менторства, направленную на поддержку новых сотрудников и системное развитие наставничества. Основное внимание мы уделяли обучению менторов для повышения качества сопровождения начинающих сотрудников.

Каждый ментор сформировал индивидуальное портфолио, отражающее его профессиональный опыт и ключевые компетенции. Для начинающих менторов мы разработали и запустили онлайн-курс с методическими и практическими материалами. В 2024 году в программе приняли участие около 40 менторов.

В 2025 году мы планируем перезапустить программу, обновив ее структуру и расширив функционал — он будет направлен на развитие менторского сообщества и усиление преемственности в Компании.

Перезапуск программы наставничества на фабриках

В 2024 году ЮниРусь перезапустила программу наставничества на фабриках, сделав ее ключевым инструментом поддержки новых сотрудников на этапе адаптации. Наставничество помогает новичкам быстрее освоиться, лучше подготовиться к самостоятельной работе и снижает текучесть в первые месяцы работы. Отличием от общей программы адаптации является более широкий спектр мероприятий последней.

В 2024 году мы обучили 200 наставников, которые помогли адаптироваться уже 509 новичкам

90% новых сотрудников высоко оценили этот процесс по итогам внутренних опросов

Программа показала высокую эффективность, и в 2025 году мы планируем масштабировать ее, особенно в производственных подразделениях, для более эффективной передачи знаний и снижения текучести кадров.

Планы на 2025 год

В 2025 году мы продолжим обновлять и масштабировать ключевые программы по привлечению и удержанию талантливых сотрудников, в которых заинтересована Компания. В наших планах — перезапуск программы развития лидерских компетенций в новом формате, запуск реферальной программы и программы амбассадоров, а также полное закрытие потребности в молодых талантах.

Кроме того, мы ставим перед собой цель достичь цифрового охвата в 500 000 человек в рамках промо-кампаний и охвата в 10 000 человек — при прямом взаимодействии с кандидатами.



Мотивация персонала

152 000[1] руб. — средняя заработная плата сотрудников в 2024 году

Сотрудники ЮниРусь получают достойное денежное вознаграждение за свой труд, которое включает постоянную и переменную части. Постоянная часть представлена базовым окладом, определяемым с учетом квалификации и опыта специалиста. Переменная часть состоит из годовых бонусов, премий для сотрудников отделов продаж и производственного блока, выплат по программе долгосрочного стимулирования и дополнительных выплат за достижение индивидуальных и командных ключевых показателей эффективности.

ЮниРусь соблюдает нормы Трудового кодекса РФ в части оплаты работы сверхурочно и в праздничные дни, обеспечивая уважение к личному времени сотрудников.

В соответствии с принципами компенсации сотрудник может выбрать между дополнительным оплачиваемым днем отдыха или повышенной оплатой. При отказе от дополнительного дня отдыха работа оплачивается в двойном размере за фактически отработанные часы.

Помимо денежных вознаграждений, мы предоставляем сотрудникам комплекс социальных льгот, включая ДМС для сотрудников и их детей.

[1] Показатель рассчитан для всех сотрудников Компании во всех регионах ведения деятельности, за исключением членов Правления и Совета директоров.



Денежные вознаграждения

- Базовый оклад на основе квалификации и опыта
- Годовые бонусы
- Премии для отделов продаж и производственного блока
- Выплаты по программе долгосрочного стимулирования
- Доплата по больничному листу[1]
- Доплата по беременности и родам[1]
- Выплаты при критическом состоянии здоровья[1]
- Компенсация расходов на лечение и медикаменты[1]

[1] Сверх предусмотренных ТК РФ.

Льготы для сотрудников

- ДМС с широким покрытием для сотрудников и их детей
- Страхование от критических заболеваний
- Страхование жизни по всему миру
- Поддержка здорового образа жизни (скидки в фитнес-центрах, корпоративные залы)
- Программа поддержки сотрудников (консультации психологов, юристов, финансистов)
- Санаторно-курортное лечение
- Подарки для сотрудников и их детей
- Скидки в корпоративном магазине и у партнеров
- Гибридный формат работы
- Дополнительные оплачиваемые дни отпуска

Такая система вознаграждения обеспечивает комплексную поддержку сотрудников на всех этапах их профессиональной деятельности и в различных жизненных ситуациях.

Экосистема благополучия сотрудников

Благополучие сотрудников является приоритетом ЮниРусь. Мы понимаем, что оно подвержено влиянию множества факторов, в числе которых окружающая среда, состояние здоровья, отношения в семье, финансовое положение, эмоциональное состояние, происходящее в мире и многое другое. Именно поэтому мы выстроили комплексную экосистему поддержки, которая охватывает четыре связанные между собой составляющие здоровья и благополучия.

Физическое благополучие

- Программы личного страхования
- Фитнес-залы в крупных городах присутствия Компании (Москва, Санкт-Петербург, Омск, Екатеринбург)
- Тренировки с профессиональными инструкторами
- Корпоративные спортивные марафоны и мероприятия
- Корпоративные скидки в фитнес-клубах и ЗОЖ-сервисах

Эмоциональное благополучие

- Обучающие мероприятия и материалы
- Wellbe bot — корпоративный помощник и виртуальный советчик
- Еженедельные советы по благополучию
- Программа поддержки сотрудников и их близких (Employee Assistance Program, EAP), включающая анонимные психологические консультации, юридические и финансовые консультации, а также поддержку при стрессовых ситуациях и эмоциональном выгорании

Ментальное благополучие

- Внутреннее сообщество чемпионов по ментальному здоровью (Mental Health Champions, MHC)
- Поддержка в трудные моменты
- Помощь в соблюдении баланса между работой и отдыхом
- Источники полезных ресурсов о здоровье и благополучии

Смысловое благополучие

- Внутреннее сообщество менторов и карьерных консультантов
- Помощь в раскрытии профессиональных и личностных возможностей
- Получение нестандартного опыта
- Воркшоп «РаботаЮ со смыслом: как найти и реализовать свое предназначение»
- Анализ интересов, ценностей и сильных сторон сотрудников

Корпоративная культура ЮниРусь

В ЮниРусь сформирована культура совместного празднования важных событий, касающихся как Компании в целом, так и ее сотрудников в частности.

В 2024 году сотрудники вместе отметили Новый год и чествовали коллег со стажем работы в Компании 5, 10, 15 и 20 лет. В подразделениях сложились собственные традиции неформальных встреч и празднования достижений — команды поздравляют друг друга с днем рождения, приветствуют новых сотрудников на общих звонках, отмечают успешно реализованные проекты.

>2 000

благодарностей коллеги выразили друг другу через систему UHRCare

>1 000

заказов оформлено в UniShop в 2024 году

Программы признания сотрудников

Признание достижений сотрудников является важной частью корпоративной культуры ЮниРусь. Система признания включает несколько форматов:

- персонализированные поздравления и премии по случаю юбилея работы в Компании;
- Премия Генерального директора (CEO Award) — ежегодная индивидуальная награда за значительный вклад в достижение бизнес-результатов Компании;
- RuBy Award — командная премия за бизнес-эффект, которая вручается в трех номинациях: «Бренды со смыслом», «Люди со смыслом» и «Компании со смыслом».

Модуль «БлагодарЮ» в системе UHRCare позволяет сотрудникам выражать благодарность коллегам — в 2024 году сотрудники отправили более 2 000 сообщений благодарности. Дополнительно функционирует механизм спонтанного вознаграждения для оперативного признания заслуг вне стандартных циклов премирования, который может быть как материальным, так и нематериальным.

Корпоративные скидки: платформа PrimeZone и корпоративный магазин UniShop

Все сотрудники Компании, вне зависимости от региона проживания, могут воспользоваться преимуществами PrimeZone — онлайн-платформы корпоративных скидок и бонусов. Платформа предоставляет доступ к товарам и услугам от более чем 6 000 проверенных партнеров в категориях «фитнес», «медицина», «досуг», «туризм», «обучение» и «онлайн-сервисы».

UniShop представляет собой внутренний онлайн-магазин, где сотрудники и их близкие могут приобрести продукцию Компании на специальных условиях. Наиболее популярная категория товаров — средства по уходу за кожей, а самый продаваемый бренд по количеству единиц продукции — Кнорр.

В 2024 году UniShop продолжил активную работу: было оформлено более 1 000 заказов. Из них 817 заказов сделали сотрудники Компании, 182 заказа — приглашенные друзья сотрудников, и 17 заказов — сотрудники компаний-партнеров. Магазин помогает повысить доступность корпоративной продукции и укрепить приверженность сотрудников корпоративным ценностям.

Равенство, разнообразие и инклюзия

GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 405-1, GRI 405-2, GRI 406-1

Для ЮниРусь разнообразие и инклюзия — не просто слова, а основа корпоративной культуры и источник роста. Мы убеждены, что команда, объединяющая людей с разным опытом, взглядами и способностями, становится сильнее и эффективнее.

Компания не приемлет дискриминации по любому признаку — полу, возрасту, национальности, религии, состоянию здоровья или другим особенностям.
Мы создаем атмосферу доверия, где каждый сотрудник чувствует себя в безопасности и при необходимости может всегда обратиться на горячую линию. Ключевые принципы равенства и инклюзии закреплены в корпоративных документах ЮниРусь: процедуре по найму сотрудников с инвалидностью, Политике о работе в удаленном формате и правилах трудового распорядка.

0 подтвержденных случаев дискриминации в 2024 году

В 2024 году мы провели ежегодный корпоративный опрос UniVoice, который включал в том числе оценку вовлеченности персонала и восприятия принципов инклюзии в рабочей среде. Результаты опроса показали, что наши усилия по формированию инклюзивной культуры находят поддержку у сотрудников:

86%

сотрудников считают, что в их командах создана среда, в которой ценится мнение каждого

83%

уверены, что руководители Компании придерживаются принципов равенства, разнообразия и инклюзии

74%

убеждены, что Компания предоставляет равные возможности для достижения успеха



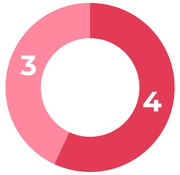
Гендерный баланс

Гендерное равенство и сбалансированный состав во всех подразделениях и на всех уровнях управления остается ключевым приоритетом ЮниРусь. Оплата труда не зависит от пола сотрудника и обусловлена исключительно его навыками и квалификацией.

47,2% доля женщин среди всех сотрудников ЮниРусь в 2024 году

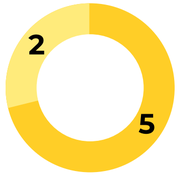


Структура высшего руководства в разбивке по полу, чел.



- Мужчины
- Женщины

Структура высшего руководства в разбивке по возрасту, чел.



- Старше 50 лет
- 30–50 лет

Структура сотрудников разных категорий в разбивке по полу

- Мужчины
- Женщины

Производственные и логистические профессии	74%	26%
Рабочий уровень 1	31%	69%
Рабочий уровень 2+	38%	62%
Правление	38%	62%

Средняя заработная плата в разбивке по полу, руб.

155 856

мужчины

147 017

женщины

Показатели, связанные с гендерной структурой персонала, представлены в полном объеме в приложении «Дополнительные данные».

Компания ежегодно проводит обучение по теме инклюзии в формате интерактивных лекций для всех сотрудников и размещает курсы по инклюзивному найму на корпоративной образовательной платформе. В частности, программы включают такие темы, как особенности работы с людьми разных поколений, культурные различия и наем кандидатов с инвалидностью. В среднем такие курсы ежегодно проходят около 100 человек, а оценка удовлетворенности слушателей составляет 96%.

Такой комплексный подход способствует более плавной адаптации новых сотрудников и позволяет всей команде выстраивать взаимодействие на основе взаимного уважения и поддержки.

Инклюзивное представление как атрибут корпоративной культуры

Выступая перед большой или незнакомой аудиторией, мы всегда помним, что в ней могут присутствовать слабослышащие или слабовидящие сотрудники. В ЮниРусь создана инклюзивная культура выступлений, где каждый чувствует себя комфортно.

Во время выступлений мы просим докладчиков голосом описывать себя для тех, кто плохо видит или не видит вовсе, а также четко проговаривать слова и использовать умеренный темп речи для слабослышащих сотрудников. В корпоративных презентациях используются крупный шрифт, контрастные цвета и четкие изображения.

Доступная среда для всех сотрудников

В ЮниРусь действует специальная Политика по найму сотрудников с ограниченными возможностями здоровья. Мы организуем рабочие места для таких сотрудников с учетом особенностей слуха, зрения и других потребностей в соответствии с индивидуальной программой реабилитации и абилитации[1].

51

сотрудник с ограниченными возможностями здоровья трудоустроен в ЮниРусь в 2024 году (+15% к 2023 году)

В 2024 году мы продолжили развивать специализированную систему адаптации для новых сотрудников с инвалидностью, которая обеспечивает комфортную интеграцию в рабочий процесс. Каждому новому сотруднику назначается наставник, который помогает ему адаптироваться и стать частью команды. Для руководителей и наставников разработан специальный свод правил, который служит ориентиром для выстраивания продуктивных рабочих отношений на основе уважения и взаимопонимания.

Система адаптации также включает в себя обязательное обучение по теме инклюзии для непосредственного руководителя и наставника нового сотрудника. Сотрудник, в свою очередь, получает доступ к корпоративному обучающему курсу по инклюзивному подходу ЮниРусь.

[1] Комплекс мероприятий по развитию способностей у людей с ОВЗ для достижения максимально возможного уровня жизнедеятельности, а также для интеграции в общество.

Партнерство с общественными организациями

ЮниРусь развивает доступную среду не только для своих сотрудников, но и активно работает с партнерами над созданием равных возможностей для людей с ОВЗ.

Уже более шести лет мы сотрудничаем с РООИ «Перспектива» и благотворительным фондом «Действуй». Сотрудники ЮниРусь выступают в качестве наставников, поддерживают людей с инвалидностью в поиске работы, помогают им с составлением резюме и выбором профессионального пути. В 2024 году сформировалось 10 устойчивых пар наставников и подопечных, которые поддерживают отношения и в настоящее время.

Среди ключевых инициатив 2024 года — участие в бизнес-завтраках РООИ «Перспектива» совместно с Советом бизнеса по вопросам инвалидности, где наши сотрудники делились опытом создания инклюзивного пространства. Также Компания работала на ярмарках вакансий для людей с ограниченными возможностями здоровья и провела карьерные сессии для студентов с инвалидностью в НИУ ВШЭ. Участниками этих программ стали 14 человек, двое из которых вышли в финал и получили карьерные консультации от специалистов ЮниРусь.

В 2024 году Компания стала обладателем премии HR Brand в номинации «Равные возможности» за проект по стажировкам для людей с инвалидностью.





Механизмы обратной связи

ЮниРусь выстраивает доверительные отношения с сотрудниками, создавая безопасную среду, где сотрудники могут свободно выражать свое мнение по вопросам соблюдения прав человека. Каждый сотрудник Компании может без опасений сообщить о нарушении своих прав.

В ЮниРусь постоянно действуют несколько полностью локализованных каналов обратной связи по вопросам этики:

- анонимная горячая линия по деловой этике;
- портал по поддержке Кодекса принципов ведения бизнеса: arnestunirus.csi-hotline.ru;
- электронная почта;
- прямое обращение к руководителю по вопросам деловой этики.

ЮниРусь гарантирует анонимность и защиту от преследования сотрудников, обратившихся на горячую линию. Подробнее об обратной связи и горячей линии — в разделе «Деловая этика и противодействие коррупции».

Два раза в месяц мы открываем доступ к платформе анонимной обратной связи Easyretro, где сотрудники могут разместить свои вопросы, предложения и обсудить актуальные темы. Кроме того, система оценки кадровых процессов «ОцениваЮ» позволяет в любой момент оценить HR-системы, качество взаимодействия и удобство корпоративных систем. QR-код для доступа к системе размещен в подписях сотрудников отдела по управлению персоналом, на внутреннем портале и на информационных стендах в офисах и на производственных площадках.

Также сотрудники по желанию могут открыто оценить проявление лидерских качеств, сильные стороны или зоны развития коллег через корпоративное приложение персональной обратной связи UHRCare.



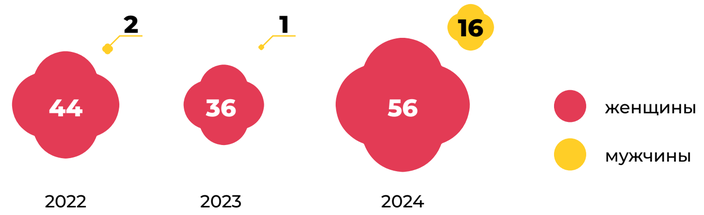
Поддержка родительства

GRI 401-3

Поддержка семейных ценностей остается одной из важных составляющих корпоративной культуры ЮниРусь. Право на отпуск по уходу за ребенком есть у всех сотрудников Компании.

100% уровень возврата к работе сотрудников, ушедших в отпуск по уходу за ребенком в 2024 году

Сотрудники, ушедшие в отпуск по уходу за ребенком в отчетном периоде, чел.



В 2024 году Компания реализовала ряд масштабных программ и мероприятий для сотрудников и их семей во всех ключевых регионах присутствия. В период новогодних праздников более 600 детей сотрудников были охвачены различными мероприятиями, включая праздничные шоу-программы, мастер-классы и познавательные экскурсии. Все дети сотрудников до 14 лет получили подарочные сертификаты в магазин «Детский мир».

Благотворительность

GRI 203-1, GRI 413-1, GRI 413-2

Мы осознаем свое воздействие на местные сообщества и поддерживаем благотворительные организации, направляя доступные ресурсы на помощь тем, кто в ней нуждается. Наша корпоративная благотворительность включает как внешние, так и внутренние программы поддержки.

В 2024 году после реструктуризации Компании мы начали внедрять системный подход к социальным и благотворительным инициативам. Это позволило перейти от разовой помощи к структурированным программам с четкой политикой взаимодействия с получателями поддержки.

В ходе внедрения системного подхода мы выделили приоритетные направления социальной поддержки: спорт, инклюзия, здоровье, защита природы и биоразнообразия.

В 2025 году ЮниРусь завершила работу над Политикой по оказанию благотворительной помощи, которая будет регулировать подход к управлению благотворительностью.

Компания тщательно отбирает партнеров для благотворительной деятельности, анализируя рынок и изучая опыт сотрудничества с крупными организациями.

Мы опрашиваем коллег по рынку об их опыте взаимодействия с некоммерческими организациями (НКО) и репутации таких организаций. При заключении договоров с НКО учитываются риски для обеих сторон, а служба безопасности обязательно проводит проверку потенциальных партнеров.

Мы привлекаем сотрудников к участию в благотворительных программах в качестве волонтеров. В 2024 году группа наших коллег посетила площадку климатического проекта «Оршинский мох» в Тверской области, где приняла участие в строительстве гнездовых платформ для занесенной в Красную книгу скопы.

ЮниРусь реализует благотворительные проекты в шести регионах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Омске, Анапе и Курской области. Основные получатели помощи:

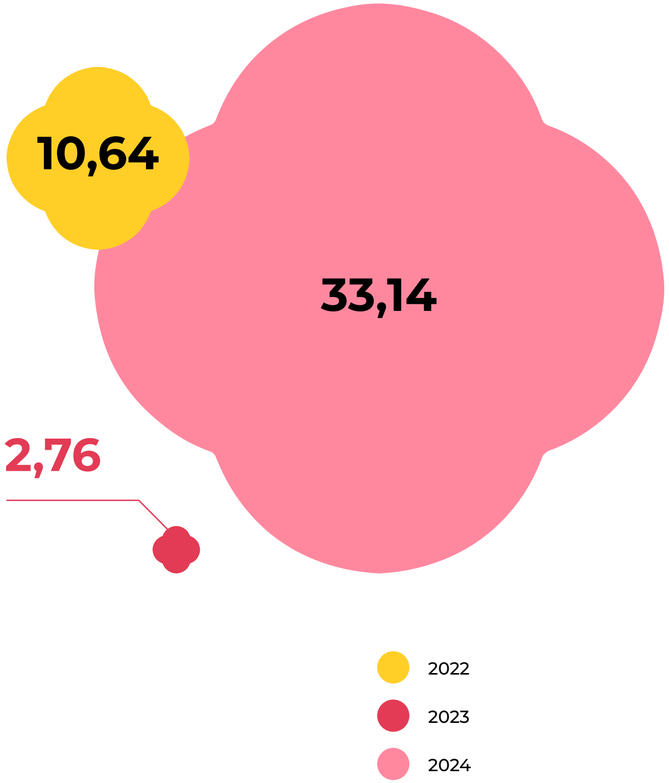
- дети;
- малоимущие семьи;
- пожилые люди;
- пострадавшие в чрезвычайных ситуациях.

33,14

млн руб. — объем социальных инвестиций в 2024 году



Инвестиции в инфраструктуру и безвозмездные услуги, млн рублей



В 2024 году мы продолжили практику формирования отчетности о результатах благотворительной деятельности Компании. В отчетном периоде мы опубликовали отчет по благотворительности, доступный всем нашим сотрудникам. Документ в полной мере отражает результаты деятельности ЮниРусь в области благотворительности и обеспечивает прозрачность информации о социальных проектах Компании.

Для НКО-партнеров мы разработали специальный файл отчетности, который организации заполняют по результатам использования полученных благотворительных средств и продукции. Это дополняет нашу систему работы с партнерами и позволяет получить достоверную информацию о результатах благотворительной деятельности.

При разработке и реализации проектов ЮниРусь учитывает потенциальное влияние на сообщества и принимает во внимание мнение местного населения.

Так, в апреле 2024 года в поселке Орша Тверской области мы провели встречу с местными жителями для презентации климатического проекта. В мероприятии приняли участие 34 жителя, представители администрации района и проектной команды Компании. Участники обсудили основные этапы реализации проекта по обводнению торфяников и выразили обеспокоенность относительно возможных рисков, в числе которых пожароопасность, затопление дорог и ограничение доступа к местам сбора грибов и ягод.

По итогам этой встречи команда проекта провела дополнительно девять разъяснительных встреч (как очно, так и онлайн) с ключевыми группами заинтересованных сторон.

На основе полученной обратной связи мы разработали рекомендации по снижению вероятности возникновения конфликтных ситуаций и вовлечению местного сообщества в проектные мероприятия. Только после проведения социологических работ и анализа рисков команда приступила к реализации климатического проекта.

Целевая поддержка благотворительных организаций

ЮниРусь поддерживает долгосрочное сотрудничество с благотворительными фондами, а также внедряет новые социальные программы и инициативы.

Фонд «Найди семью»

С 2015 года мы поддерживаем благотворительный фонд «Найди семью» в Екатеринбурге. Организация помогает семьям с приемными детьми по всей России: работает над улучшением детско-родительских отношений, стабилизацией эмоционального состояния детей и развитием родительских навыков в ходе онлайн-консультаций и групповых занятий. Цель фонда — снизить количество возвращений детей в детские дома из приемных семей.

В 2024 году мы передали фонду 1,5 млн рублей. На эти средства организованы:

72

индивидуальные консультации психологов с приемными детьми и родителями

18

занятий по эмоциональному выгоранию и родительским компетенциям в группах поддержки для приемных родителей

24

занятия в группе для подростков «Эмоциональный интеллект»

По данным на 1 декабря 2024 года долгосрочную комплексную помощь Центра поддержки приемных семей получили 44 семьи, в которых воспитываются 100 детей.



Фонд «Банк Еды «Русь»

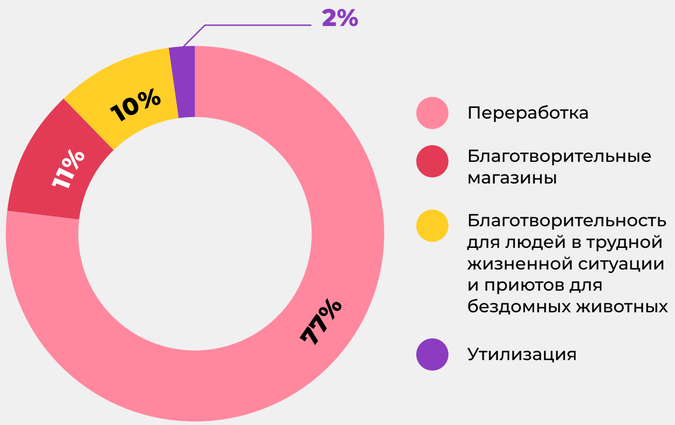
Компания продолжает сотрудничать с благотворительным фондом «Банк Еды «Русь» — крупнейшей фудшеринговой организацией России, которая безвозмездно передает продукцию нуждающимся. В 2024 году в рамках поддержки фонда мы:

- передали фонду более 25 тыс. единиц продукции;
- выделили 200 тыс. рублей на приобретение необходимых расходных материалов для штаба помощи волонтерам в Анапе, которые занимались очисткой пострадавшей территории, а также предоставили 1000 л бытовой химии Доместос и Сиф;
- направили помощь фонду «Банк Еды «Русь» для поддержки семей с детьми в трудной ситуации, многодетных семей, инвалидов и пенсионеров.

Передача одежды для повторного использования

Мы сотрудничаем с фондом «Второе дыхание» — крупнейшей некоммерческой организацией России по сбору, сортировке, перераспределению и переработке одежды. В нашем московском офисе установлен контейнер для сбора вещей.

В 2024 году мы собрали 625,5 кг одежды, которая была передана в фонд и распределена следующим образом:



Кроме того, мы направили в фонд «Второе дыхание» денежные средства в размере 400 тыс. рублей, почти 4 тыс. единиц продукции Компании и пять единиц техники.

Поддержка спорта

С сентября 2024 года мы стали титульным спонсором омского футбольного клуба «Иртыш». Начиная с отчетного периода, Компания будет ежегодно направлять 30 млн рублей на развитие основной футбольной команды, а также детской и юношеской секций.

Помощь в чрезвычайных ситуациях

Компания оказывала экстренную помощь людям, пострадавшим в чрезвычайных ситуациях в течение 2024 года. Так, жителям Курской области мы передали 12,5 тыс. единиц товаров первой необходимости, а пострадавшим в результате теракта в «Крокус Сити Холл» направили свыше 159 тыс. рублей через Российский Красный Крест.



Поддержка медицинских и социальных учреждений

ЮниРусь оказывает помощь детям-сиротам и лечебным учреждениям, предоставляя необходимые товары для улучшения условий лечения и проживания.

В рамках поддержки медицинских учреждений Компания передала 972 единицы продукции для пациентов ГБУ «Городская клиническая больница № 1 им. Н. И. Пирогова». Помимо этого, мы направили 166 единиц продукции для подопечных благотворительного фонда «Юнити», который занимается эмоциональной поддержкой и социализацией онкобольных пациентов.

В отчетном году мы также помогали детям-сиротам в партнерстве с благотворительным фондом «Волонтеры в помощь детям-сиротам». По итогам Марафона воли от бренда Рексона Компания направила фонду 1 млн рублей.

09.

Корпоративное управление

Система корпоративного управления	137
Деловая этика и противодействие коррупции	140
Внутренний контроль и аудит	143
Информационная безопасность	144
Управление рисками	147
Управление цепочкой поставок	148



Система корпоративного управления

GRI 2-9, GRI 2-10, GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 2-16, GRI 2-19, GRI 2-20

В основе устойчивого развития компании Арнест ЮниРусь лежит слаженная система корпоративного управления. Мы уделяем особое внимание прозрачности, ответственности и этике в управлении, обеспечивая доверие заинтересованных сторон.

Ключевое событие 2024 года — смена собственника — привело к изменениям в системе корпоративного управления. После того, как Компания стала российской, мы перестроили управленческие процессы и продолжаем улучшать и оптимизировать их в 2025 году.

Структура корпоративного управления

В 2024 году ключевые управленческие решения принимались Генеральным директором, Вице-президентом по продажам, Вице-президентом службы по поставкам, Директором по персоналу, Директором по корпоративным отношениям и устойчивому развитию, Директором по маркетингу и Директором по юридическим вопросам на регулярных собраниях.

12 управленческих собраний проведены в 2024 году

1 раз в месяц — частота проведения собраний

В повестку дня 6 из 12 собраний были включены темы, связанные с обсуждением ESG-проектов, в том числе: климатическая инициатива «Оршинский мох»; разработка брендов с выраженной социальной и экологической концепцией, а также стратегии ответственного маркетинга и локализации брендов.

В 2025 году на базе регулярных управленческих встреч был создан новый коллегиальный орган — Правление. Его возглавляет Генеральный директор, а состав формируется из руководителей высшего звена, назначаемых Советом директоров. К участию в заседаниях Правления, которые проводятся на регулярной основе, могут приглашаться также руководители функциональных подразделений.

С 2025 года органами управления ЮниРусь являются:

- Общее собрание участников Общества (ООО «Арнест ЮниРусь»);
- Совет директоров;
- единоличный исполнительный орган — Генеральный директор в лице Елены Юрьевны Тябутовой.

Компетенции органов управления

Общее собрание участников Общества

- Утверждение годовых отчетов и годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности
- Утверждение Устава ЮниРусь, внесение в него изменений или его утверждение в новой редакции
- Определение количественного состава Совета директоров, избрание его новых членов и досрочное прекращение полномочий его членов

Совет директоров

- Утверждение стратегии развития бизнеса и стратегического финансового плана ЮниРусь
- Утверждение состава Правления, включая Генерального директора
- Утверждение системы и порядка расчета годовых ключевых показателей эффективности (КПЭ)
- Утверждение стратегии устойчивого развития
- Оценка эффективности системы внутреннего контроля
- Утверждение целей в области устойчивого развития и контроль за их выполнением
- Утверждение бюджета на программы в области устойчивого развития и мониторинг их эффективности

Генеральный директор

- Руководство работой Правления, проведение заседаний Правления
- Реализация стратегии развития бизнеса
- Организация эффективной работы всех подразделений, контроль выполнения планов, распределение ресурсов, обеспечение соблюдения законодательства и внутренних регламентов

Ключевые положения системы корпоративного управления закреплены в документах Компании:

- Устав ООО «Арнест ЮниРусь»;
- Кодекс принципов ведения бизнеса;
- Положение о Совете директоров[1];
- Положение о Правлении[1].

Выдвижение и отбор кандидатов в члены Совета директоров

Отбор кандидатов в члены Совета директоров проводится путем голосования Общего собрания участников Общества. Процедура регламентируется Положением о Совете директоров.

Каждый новый член Совета директоров проходит процедуру ознакомления с делами Общества, в том числе с его историей, работой Совета директоров и актуальными документами[2].

Председатель Совета директоров избирается членами Совета директоров из их числа большинством голосов.

Вознаграждение сотрудников

Процесс и уровень вознаграждения регламентированы внутренними документами Компании. Комитет по вознаграждениям и назначениям принимает решения о вознаграждении, часть которых согласовывается Советом директоров.

Для анализа конкурентоспособности оплаты труда мы привлекаем внешних консультантов.
В систему КПЭ для оценки деятельности некоторых членов Правления включены показатели в области устойчивого развития:

- Вице-президент службы по поставкам (показатели, относящиеся к проведению оценки углеродного следа);
- Директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию;
- Директор по персоналу (показатели, оценивающие развитие талантов, навыков и компетенций, поддержку и внедрение корпоративной культуры);
- Директор по юридическим вопросам (показатели по разработке стандартов и политик корпоративного управления).

[1] Введены в 2025 году.

[2] Перечень документов включает в себя: последние годовые отчеты Общества, протоколы очередных и внеочередных Общих собраний участников, протоколы заседаний Совета директоров и прочее.

Механизм уведомления о критических замечаниях

Критические замечания доводятся Генеральным директором до сведения Совета директоров на заседаниях Совета.

Директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию

Руководитель проектов по устойчивому развитию

Готовят необходимую информацию о критических замечаниях

↓

Генеральный директор
Презентует критические замечания

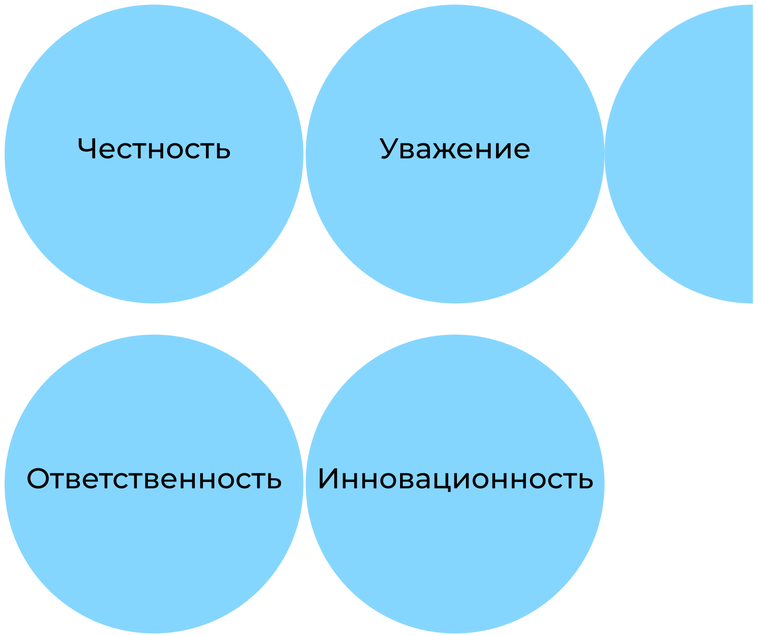
↓

Совет директоров
в рамках заседания проводится голосование по решению критических вопросов

Деловая этика и противодействие коррупции

GRI 2-15, GRI 2-25, GRI 2-26, GRI 205-2

Мы развиваем корпоративную культуру и стандарты лидерства, основанные на ключевых ценностях Компании:



Деловая этика является неотъемлемой частью корпоративной культуры и системы управления рисками ЮниРусь. В 2024 году мы перешли к более комплексной оценке эффективности наших этических стандартов и теперь используем как качественные, так и количественные показатели.

В основе нашей деятельности лежит Кодекс принципов ведения бизнеса (далее — Кодекс), который закрепляет принцип **нулевой терпимости к взяточничеству и коррупции** во всех сферах — от взаимодействия с государственными органами до коммерческих отношений. Взаимодействие с контрагентами дополнительно регулируется Политикой ответственного партнера. В 2025 году мы приняли новую редакцию обоих документов.

0 претензий и споров с регуляторами в 2024 году

Конфликт интересов

В ЮниРусь действует прозрачная система управления конфликтами интересов: сотрудники обязаны раскрывать потенциальные и реальные конфликты интересов в момент их возникновения через корпоративные системы.

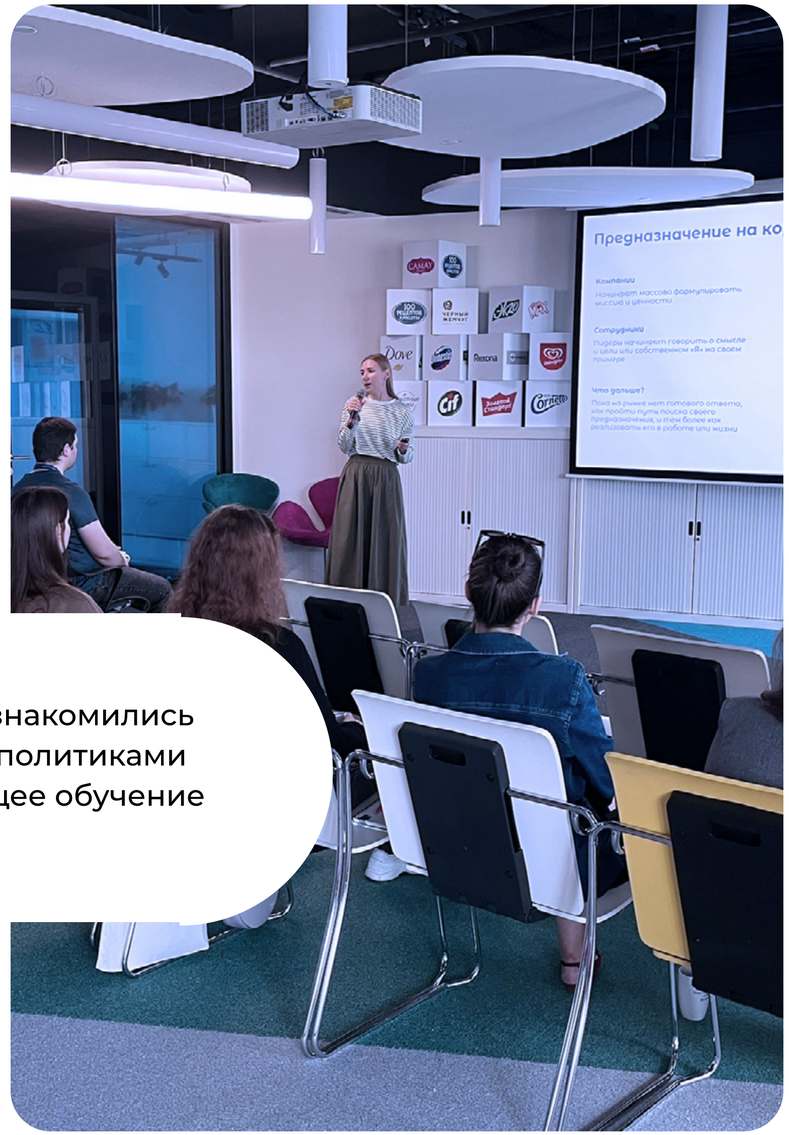
Компания обеспечивает своевременное выявление, анализ и урегулирование таких ситуаций для поддержания высоких стандартов корпоративной этики и защиты интересов всех заинтересованных сторон.

Обучение сотрудников по вопросам этики

Система информирования и обучения сотрудников по вопросам этики и противодействия коррупции охватывает весь жизненный цикл работы в Компании. В процессе обучения мы разбираем реальные рабочие ситуации, показывая примеры корректного поведения. Это помогает сотрудникам лучше применять этические принципы на практике.

Каждый новый сотрудник обязательно знакомится с политиками Компании и проходит вводный тренинг, который закладывает основы понимания наших этических стандартов и принципов ведения бизнеса.

Ежегодные тренинги по деловой этике являются обязательными для всех сотрудников ЮниРусь.



100%

сотрудников ЮниРусь ознакомились с антикоррупционными политиками и прошли соответствующее обучение в 2024 году

Помимо базового обучения по деловой этике, в 2024 году сотрудники прошли дополнительные тренинги по защите персональных данных, вопросам конкуренции и информационной безопасности.

Опрос UniVoice

В 2024 году мы дополнили внутренний опрос сотрудников UniVoice специальным блоком «Деловая этика». В рамках него сотрудники оценивают свое знание Кодекса принципов ведения бизнеса, информированность о каналах для сообщения о неэтичном поведении, а также уверенность в том, что деятельность Компании основана на высоких этических стандартах.

Такой подход позволяет оценить, как сотрудники воспринимают этические стандарты, насколько готовы действовать в соответствии с корпоративными ценностями и доверяют системе управления деловой этикой в целом.

Механизмы обратной связи

В ЮниРусь действует доступная система каналов обратной связи для всех заинтересованных сторон — сотрудников, партнеров, поставщиков и других лиц, которых волнуют вопросы соблюдения этических принципов.

Мы принимаем обращения по трем каналам связи:

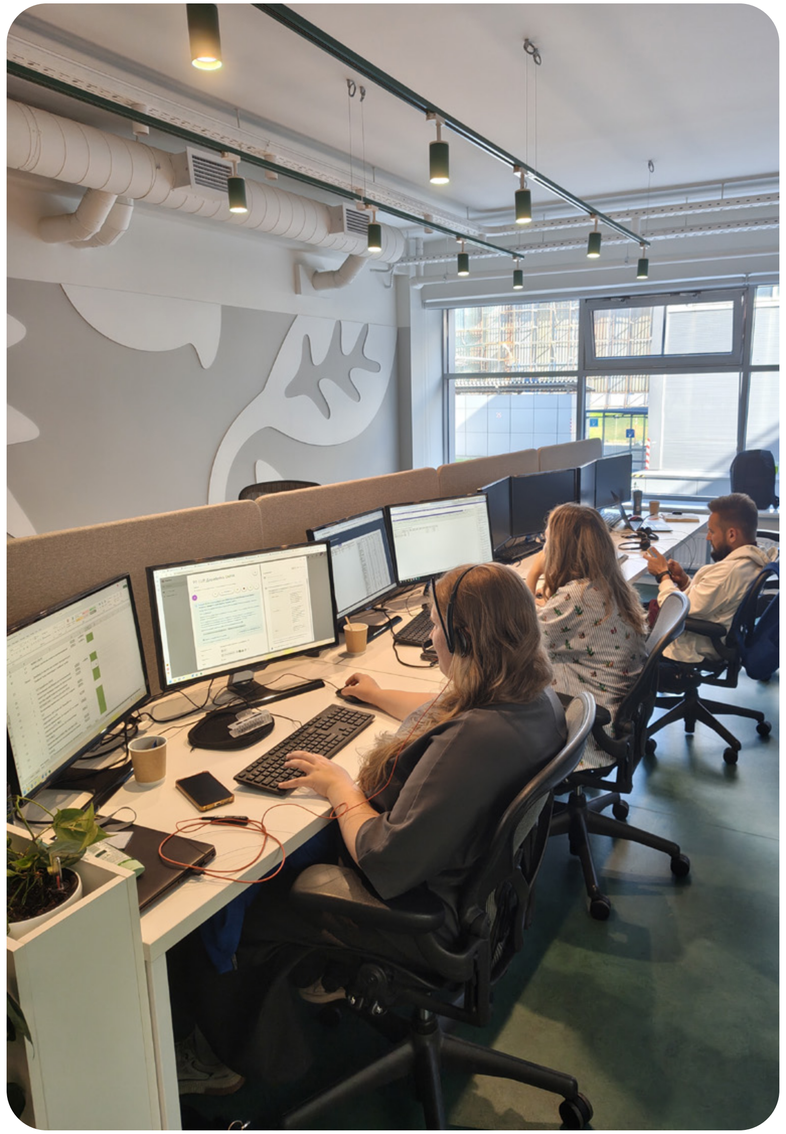
- **по телефону горячей линии: 8 800 600 16 44**
- **через портал** [поддержки Кодекса]
- **по электронной почте:** arnestunirus@csi-hotline.ru

Все каналы связи гарантируют одинаково внимательное и профессиональное рассмотрение обращений без риска негативных последствий.

Каждое обращение проходит внутреннюю проверку в соответствии с установленными процедурами Компании, включая сбор информации, анализ фактов и подготовку выводов. Результаты передаются в Комитет по деловой этике, который принимает решения и определяет необходимые меры реагирования на основе принципов Кодекса и корпоративных стандартов.

В 2025 году мы планируем:

- внедрить обновленную Политику ответственного партнера, усилив требования к контрагентам;
- реализовать новую программу обучения по деловой этике с учетом современных вызовов;
- провести кампанию по обязательному декларированию конфликта интересов;
- разработать этические стандарты для применения искусственного интеллекта.



Внутренний контроль и аудит

Аудит в ЮниРусь — это система контроля и защиты, обеспечивающая соблюдение установленных правил и процедур. Внутренние и внешние проверки помогают своевременно выявлять и снижать риски, поддерживая стабильную работу Компании.

Внутренний аудит

Аудиторские проверки проводятся не только с целью контроля соблюдения всех правил, но и для повышения эффективности бизнес-процессов ЮниРусь.
По совокупным результатам аудитов мы разрабатываем рекомендации и формируем план корректирующих мероприятий.

В 2024 году мы разработали и внедрили матрицу операционных рисков. Этот инструмент помогает нам лучше классифицировать операционные риски и соответствующие контрольные процедуры, систематизировать управление потенциальными угрозами и повышать эффективность бизнес-процессов.

Матрица операционных рисков разработана и внедрена в 2024 году.

В 2024 году были проведены аудит работы финансовых контролей организации и аудит контролей доступа в ключевые финансовые системы. Сюда вошла проверка контрольных процедур финансовых процессов и доступа к ключевым системам Компании. Такой аудит подтверждает надежность нашей финансовой отчетности и защищенность ключевых систем от ошибок и неправомерного доступа. В рамках этого направления мы обновили тест-планы, методологию проверок, перечень ключевых рисков и контрольных процедур, а также внесли изменения в процедуры аудита.

Кроме того, ЮниРусь провела внутренние аудиты:

- своего представительства в Республике Беларусь;
- инвестиций в бренды;
- холодильного оборудования для мороженого;
- деятельности региональных дистрибьюторов.

Внешний аудит

В 2024 году независимые аудиторы подтвердили надежность и прозрачность финансовой отчетности ЮниРусь за 2023 год. Компания получила аудиторское заключение без оговорок в отношении бухгалтерской отчетности за указанный период.

В 2025 году мы планируем:

- продолжить проводить внешние аудиты для обеспечения гарантии полноты и достоверности финансовой отчетности;
- управлять операционными рисками компании, включая разработку планов по их снижению;
- повысить уровень осведомленности сотрудников Компании по важности соблюдения предусмотренных шкалой полномочий и матрицами контролей контрольных процедур;
- обновить список ключевых финансовых систем и провести внутренний аудит контролей доступа в эти системы;
- провести внутренние аудиты:
  - всех производственных площадок — в городах Тула, Омск, Санкт-Петербург и Екатеринбург, включающие процессы производства, технического обслуживания, логистики и планирования;
  - закупочного процесса в области непрямых закупок — маркетинга и бизнес-сервисов;
- создать единую контрольную среду для Группы компаний Арнест ЮниРусь, включающую унифицированные шкалы полномочий, учетные политики и матрицы финансовых контролей.

Информационная безопасность

ЮниРусь уделяет серьезное внимание созданию устойчивой и безопасной цифровой среды.
В своей работе мы опираемся на международные и российские стандарты, рекомендации и методологии в сфере информационной безопасности, требования законодательства и отраслевых регуляторов, лучшие практики управления ИТ-инфраструктурой и защиты данных. При этом мы учитываем особенности местного регулирования и бизнес-среды.

Подход к управлению информационной безопасностью

Служба информационной безопасности отвечает за координацию всех проектов и мероприятий, направленных на защиту бизнеса и цифровых активов. Руководит службой заместитель Генерального директора по информационной безопасности, который подотчетен непосредственно Генеральному директору.

Специалисты по информационной безопасности занимаются разработкой внутренних документов и политик в области информационной безопасности, обеспечивают и координируют техническую защищенность данных, систем и коммуникаций.
В задачи службы входит контроль доступа, регулярная оценка уровня защищенности и проведение аудитов информационных систем. Подразделение также активно работает над повышением осведомленности сотрудников и партнеров, вовлеченных в бизнес-процессы, по вопросам информационной безопасности, в том числе проводит обучение и тестирование навыков в этой сфере.

Этот комплекс мероприятий снижает операционные и репутационные риски, защищает интересы клиентов и партнеров и обеспечивают долгосрочную устойчивость бизнеса.

В Компании выстроена четкая многоуровневая система нормативных документов, которая обеспечивает единый подход к защите информации во всех направлениях деятельности.

В 2024 году мы провели масштабную работу по актуализации и согласованию политик и регламентов в связи с реструктуризацией Компании. Процесс пересмотра документации продолжается в плановом режиме.



Аудит систем информационной безопасности

В ЮниРусь действует единая система оценки рисков, которая предусматривает контроль на всех уровнях управления — от операционных подразделений до высшего руководства.

Компания регулярно организует проверки фактической защищенности ИТ-инфраструктуры, в том числе с привлечением внешних независимых экспертов. Мы проводим каталогизацию информационных систем, аудиты их защищенности и выполнения групп контрольных процедур, аудиты безопасности третьих сторон, серверных и ИТ-помещений, а также аудиты на соответствие требованиям российского законодательства. Все выявленные недостатки устраняются в плановом порядке с последующим мониторингом, направленным на недопущение повторения подобных ситуаций.

В 2024 году ЮниРусь в полном объеме выполнила план аудитов и контрольных мероприятий, значительно снизила выявленные ранее риски и достигла существенного прогресса в реализации приоритетных проектов по усилению защиты данных.

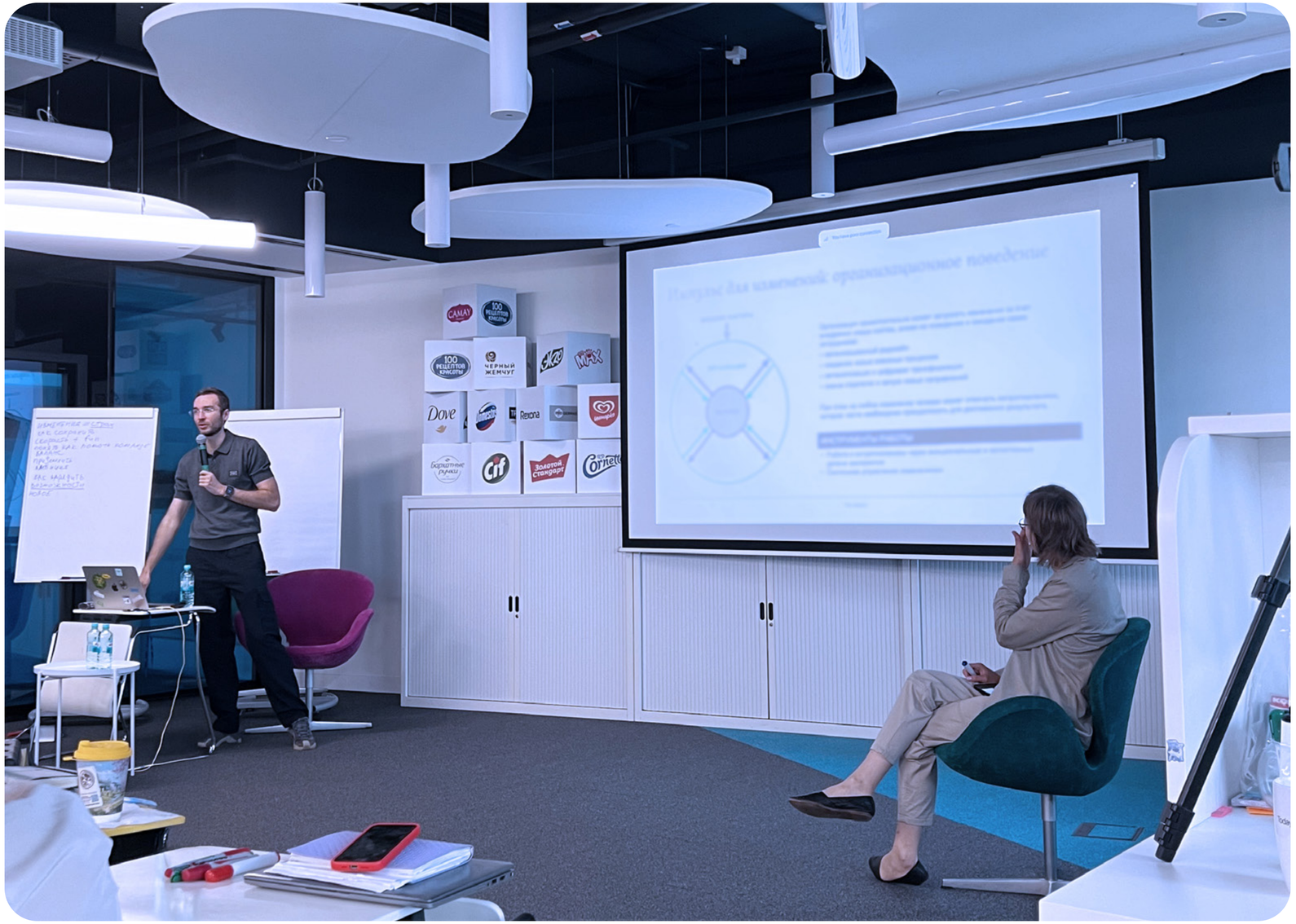




Обучение сотрудников и партнеров

Все сотрудники и партнеры Компании проходят обязательное обучение по информационной безопасности с последующим тестированием. Программы адаптированы под разные роли — от вводного курса для новичков до углубленного для технических администраторов.

Сотрудники обучаются самостоятельно выявлять угрозы информационной безопасности и выполнять необходимые действия при их обнаружении. Помимо основных мер защиты Компания проводит регулярные тренинги, включая имитацию фишинговых атак, для оценки и повышения уровня бдительности персонала.



Управление рисками

ЮниРусь продолжает развивать систему управления рисками, работая над тем, чтобы заранее выявлять возможные угрозы бизнесу и превращать их в возможности для роста.

В Компании действует Комитет по рискам, в состав которого входят члены Правления, а главой является Генеральный директор. Ежеквартально комитет проводит заседания, на которых пересматривает и обновляет список бизнес-рисков Компании. В 2024 году количество специалистов отдела управления рисками и внутреннего аудита увеличилось до четырех человек благодаря расширению деятельности ЮниРусь.

Отдел управления рисками и внутреннего аудита выполняет следующие задачи:

- контролирует соблюдение внутренних процедур;
- проверяет соответствие фактических процессов утвержденным процедурам;
- развивает систему финансовых и операционных внутренних контрольных процедур для всех бизнес-процессов;
- выявляет и устраняет несоответствия и риски в работе;
- определяет функциональные, операционные и финансовые риски;
- оценивает влияние рисков на бизнес, составляет план действий для снижения угроз и отслеживает их исполнение.

Такой подход обеспечивает защиту активов Компании, своевременное информирование руководства и поддержание высокого качества операционной деятельности.

Управление коррупционными рисками

В рамках общей системы управления рисками мы также проводим комплексную оценку коррупционных рисков с участием представителей всех бизнес-подразделений и старших менеджеров.

Главным нововведением 2024 года стало создание внутреннего центра экспертизы по рискам, связанным с контрагентами. Центр объединил специалистов с экспертными знаниями и операционным опытом для более профессиональной оценки угроз и разработки эффективных мер противодействия.

Мы пересмотрели процедуры скрининга партнеров, внедрив адаптивный подход для тщательной оценки каждого случая. Это позволяет нам точнее определять уровень риска и выбирать соответствующие меры контроля на основе внутренних нормативных документов.

Управление цепочкой поставок

GRI 2-6

ЮниРусь выстроила обширную эффективную логистическую цепочку для осуществления доставки продукции всех категорий. Продукция, выпускаемая на наших производственных площадках в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Туле и Омске, доставляется в ключевые распределительные центры, откуда поступает в торговые сети, обеспечивая стабильное снабжение по всей России.

В 2024 году ЮниРусь запустила трехлетнюю программу модернизации цепочки поставок и сосредоточилась на профилактике операционных и регуляторных рисков для обеспечения стабильных поставок и качества продукции.

Структура цепочки поставок

Сырье и материалы

>180 поставщиков

>4 000 упаковочных позиций

>1 400 позиций сырья

Фабрики

4 производственных площадки[1]

187 тыс. тонн продукции

Партнеры

12 поставщиков готовой продукции

Логистика

>700 клиентов

[1] В 2025 году в состав цепочки поставок Компании вернулась площадка по производству продуктов питания в Туле.

Логистическая цепочка непищевой продукции включает в себя:

2 Национальных распределительных центра (НДЦ[2]) в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге рядом с фабриками

4 Региональных распределительных центра (РДЦ[3])

Собственный склад в Екатеринбурге

Доставку автомобильным и железнодорожным транспортом

[2] National Distribution Centre (NDC) — национальный распределительный центр.

[3] Regional Distribution Centre (RDC) — региональный распределительный центр.

Мороженое

Мороженое, как скоропортящийся пищевой продукт, требует особого подхода к логистике — соблюдения строгого температурного режима, высокой скорости доставки и повышенных стандартов гигиены. Поэтому логистическая сеть для мороженого является одной из наиболее сложных и ресурсоемких в нашей Компании. Для обеспечения качества, свежести и бесперебойных поставок мороженого мы создали отдельную, полностью контролируемую холодовую цепочку поставок, включающую:

10
Складов ответственного хранения (СОХ), задействованных в поставках крупным федеральным розничным сетям

2
НДЦ на производственных площадках в Туле и Омске

4
РДЦ

250 Собственных малотоннажных грузовиков

Ключевые результаты 2024 года

- Запущена трехлетняя программа изменений в цепочке поставок на 2024–2026 годы: планирование на основе данных, ML[4] прогнозирование спроса и мощностей, усиление кибербезопасности, развитие обратной связи.
- Взят под контроль рост цен на сырье за счет диверсификации и расширения перечня местных и иностранных партнеров.
- Обеспечен бесшовный переход на новые регуляторные процессы и технологии; усилен контроль за соответствием установленным требованиям.

[4] Машинное обучение (англ. Machine learning, ML).

Документы в области управления цепочкой поставок

Чтобы обеспечить устойчивость и прозрачность на всех этапах своей деятельности, мы последовательно внедряем принципы ответственного ведения бизнеса не только внутри Компании, но и за ее пределами. В частности, это касается отношений с партнерами по всей цепочке создания стоимости.

Политика ответственного партнера

Политика ответственного партнера (Responsible Partner Policy, RPP) устанавливает единые требования для всех категорий партнеров: поставщиков сырья и услуг, логистических подрядчиков, дистрибьюторов, клиентов, благотворительных организаций и НКО, охватывая такие направления как деловая этика, права человека и охрана окружающей среды.

В 2025 году Политика ответственного партнера претерпела существенные изменения, заменив предыдущую версию 2022 года. Эти изменения отражают стремление Компании создавать более устойчивые деловые отношения и повышать стандарты ответственного ведения бизнеса в условиях действующих требований рынка и общества.

1. Основной принцип

Переход от модели простого соответствия поставщика требованиям к процессу непрерывного совершенствования.

2. Сфера применения

Действие Политики распространяется не только на поставщиков, но и на:

- дистрибьюторов и клиентов;
- рекламные и дизайнерские агентства;
- благотворительные организации и НКО.

3. Требования к системам менеджмента

Обязательные требования по наличию у партнеров собственных:

- кодексов поведения;
- политик ответственного поиска поставщиков;
- систем обучения и мониторинга.

4. Будущие обязательные требования

Компания заблаговременно уведомляет партнеров о требованиях, которые могут стать обязательными в будущем, например:

- специальные требования к пластиковой упаковке;
- размещение данных о биоразлагаемости ингредиентов.

5. Требования в части экологии и климата

Разграничено определение обязательных и будущих требований, а также передовых практик по:

- сокращению выбросов парниковых газов;
- управлению отходами и развитию циркулярной экономики;
- устойчивому использованию пластика.

6. Механизмы взаимодействия

Политика предусматривает:

- наличие разных способов и инструментов проверки соответствия;
- принцип взаимного признания результатов аудитов;
- акцент на партнерстве и поддержке поставщиков в достижении соответствия.

7. Использование различных инструментов оценки и мониторинга

Расширение методов проверки обязательных требований Политики ответственного партнера с применением онлайн-форматов помимо скрининга, независимого аудита и др.

8. Социальные требования

Политика включает требования к соблюдению прав человека:

- обеспечению равных возможностей трудоустройства;
- созданию инклюзивной рабочей среды;
- предотвращению любых форм дискриминации;
- поддержке местных сообществ в регионах присутствия.

9. Требования к качеству и безопасности

Введены следующие дополнительные стандарты:

- расширенные требования к системам менеджмента качества;
- более строгие протоколы тестирования продукции;
- обязательное внедрение систем прослеживаемости по всей цепочке поставок;
- требования к информационной безопасности и защите данных.

10. Финансовая прозрачность и этика

Требования включают:

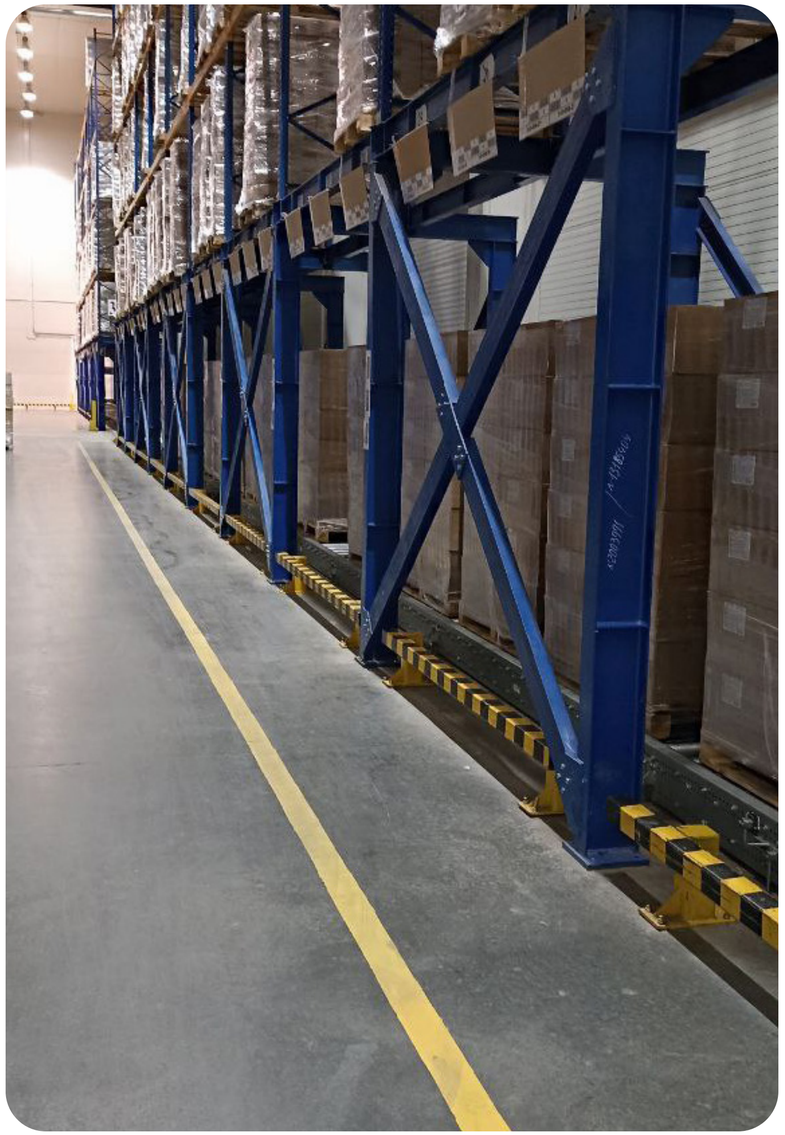
- обязательное раскрытие информации о структуре собственности;
- соблюдение антикоррупционного законодательства;
- прозрачность ценообразования и финансовых операций;
- недопущение участия в схемах уклонения от налогов.

В 2024 году мы дополнили Политику целым рядом специализированных документов: обновленной политикой по закупкам, регламентами по закупкам складских услуг, транспортной логистики, капитальных инвестиций, технического обслуживания и ремонта, маркетинга и бизнес-сервисов.

Эти документы уточняют требования к партнерам, стандартизируют процессы отбора и оценки подрядчиков, способствуют повышению прозрачности закупочной деятельности и обеспечивают системный подход к управлению рисками цепочки поставок.

Цель, которой мы руководствуемся при разработке и реализации внутренних документов, закреплена в нашей Стратегии до 2030 года:

- Поддерживать текущие стандарты и требования, предъявляемые к поставщикам и клиентам в части ответственного ведения бизнеса



Требования к поставщикам

Новые партнеры Компании проходят комплексную оценку: самодиагностику, проверку документов, тестовые поставки и согласование с подразделением закупок, финансовым и юридическим блоками. Перед заключением договора проводится аудит площадки, а для контрактного производства — предварительный визит с участием специалистов по качеству и отдела исследования и разработки (R&D).

Трехкомпонентная структура требований к поставщикам





Четыре уровня требований

1. Минимальные требования для начала сотрудничества
2. Обязательные системы менеджмента
3. Рекомендуемые требования (в будущем — обязательные)
4. Передовая практика

Инструменты проверки соответствия



Аудиты и сертификации

100% поставщиков принимают Политику ответственного партнера

90% производителей имеют сертификат об успешном прохождении социального аудита, в частности, знают и демонстрируют соблюдение национальных юридических обязательств в отношении прав человека и т. п.

Социальные аудиты являются обязательными для прямых производителей и охватывают такие направления, как трудовые стандарты, охрана труда, права человека, деловая этика и экологический менеджмент.

Сертификат «Лесной эталон»

По состоянию на середину 2025 года среди поставщиков картонной и гофроупаковки сертификат «Лесной эталон» имеют:

- **один** поставщик гофрокартона, прошедший сертификацию по цепочке поставок, включая закупку, производство и реализацию лесопродукции. **Этот поставщик обеспечивает 26% объема поставок гофроупаковки**;
- **один** поставщик упаковки из мелованного картона, сертифицированный в области управления цепочкой поставок. **Его доля в поставках мелованного картона составляет 29%.**

Остальные поставщики сертифицированы по стандартам FSSC 22000 и ГОСТ Р ИСО 9001-2015, а также имеют декларации соответствия ТР ТС 005.

10.

Приложения

Определение существенных тем	156
Указатель содержания GRI	157
Указатель содержания SASB	168
Указатель содержания показателей Проекта стандарта отчетности Минэкономразвития	170
Дополнительные данные	175



Определение существенных тем

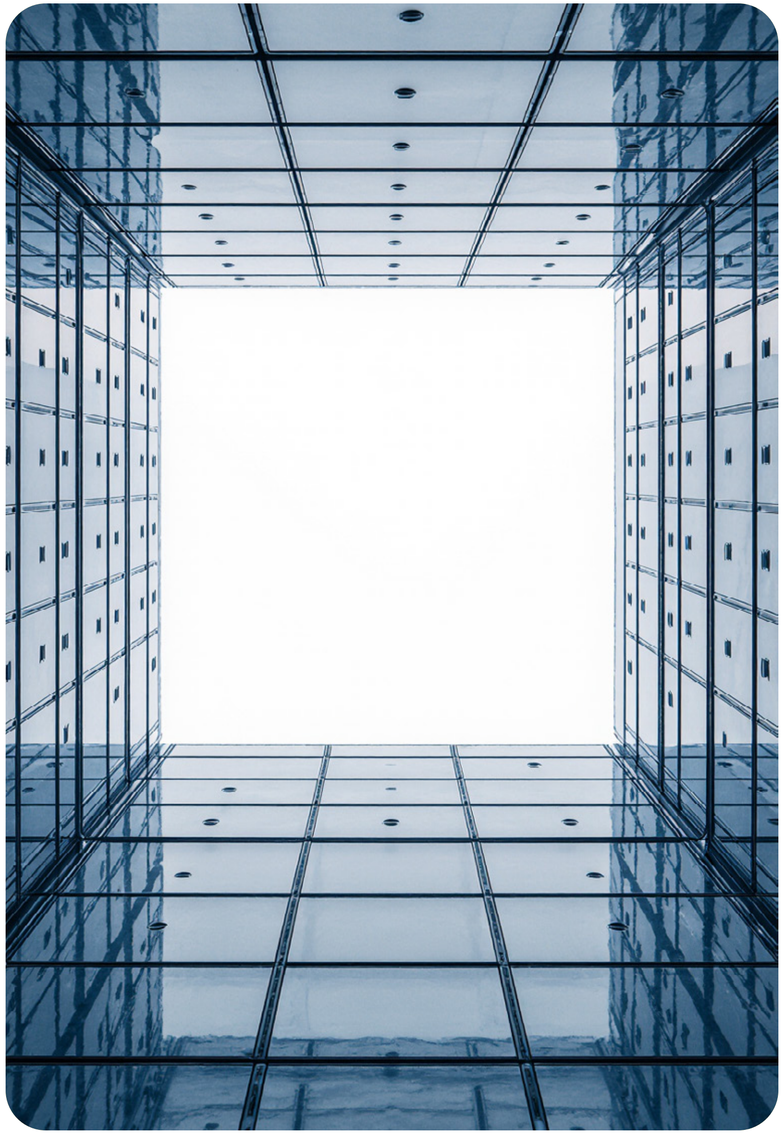
GRI 3-1, GRI 3-2

Существенные темы данного Отчета об устойчивом развитии были определены на основе комплексного экспертного анализа и внутренних обсуждений. При выборе тем учитывались международные Стандарты отчетности GRI, актуальные отраслевые тренды, передовые практики и результаты сравнительного анализа.

Благодаря такой тактике мы выделили ключевые направления, наиболее актуальные для нашего бизнеса и отрасли, подходы к управлению которыми раскрываются в тематических разделах Отчета.

Процесс определения существенных тем для Отчета за 2024 год:

- анализ внешнего контекста — бенчмарк международных стандартов, СОКБ, регуляторных требований и отраслевых трендов,
- формирование широкого перечня потенциально значимых тем,
- экспертная оценка внутри Компании и с привлечением внешних специалистов, согласование приоритетов, сопоставление с лучшими практиками,
- финализация перечня — утверждение наиболее релевантных существенных тем.



Существенные темы 2024 года:

- Снижение климатического воздействия и энергоэффективность
- Справедливые условия труда, благополучие сотрудников и равные возможности
- Обучение и образование сотрудников
- Охрана труда и техника безопасности
- Корпоративное управление и бизнес-этика
- Ответственный маркетинг
- Качество и безопасность продукции

Указатель содержания GRI

Настоящий Отчет подготовлен в соответствии со Стандартами GRI 2021 (уровень раскрытия — «in accordance with»). Таблица ниже указывает на места в Отчете, где раскрывается информация по соответствующим индикаторам, а также необходимые пояснения.

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
GRI 2: Общие показатели			
2-1	Детали организации	Арнест ЮниРусь сегодня	Юридическое название — Общество с ограниченной ответственностью «Арнест ЮниРусь». Главный офис Компании находится в Москве. Производственная деятельность ведется в 4 субъектах Российской Федерации.
2-2	Юридические лица организации, включенные в отчетность об устойчивом развитии	Границы Отчета	Периметр показателей экономической результативности и операционных результатов деятельности Компании охватывает периметр показателей финансовой отчетности Арнест ЮниРусь за 2024 год.
2-3	Отчетный период, периодичность и контактная информация	Об Отчете Контактная информация	Компания ежегодно выпускает отчетность в области устойчивого развития. Отчетные периоды для финансовой отчетности и отчетности в области устойчивого развития совпадают. Дата публикации текущего Отчета — 24.09.2025.
2-4	Пересмотр данных	—	Текст Отчета содержит ряд уточнений данных за предыдущие отчетные периоды. Оговорки об этом включены в текст.
2-5	Внешнее заверение	—	Внешнее заверение отчетности об устойчивом развитии в текущем периоде не проводилось.

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
2-6	Деятельность, цепочка создания стоимости и другие деловые отношения	Арнест ЮниРусь сегодня Как мы создаем продукт Управление цепочкой поставок	
2-7	Сотрудники	Забота о сотрудниках Приложение. Дополнительные данные	
2-8	Работники, которые не являются сотрудниками организации	Приложение. Дополнительные данные	
2-9	Структура и состав управления	Управление в области устойчивого развития Система корпоративного управления	
2-10	Назначение и выбор высшего органа управления	Система корпоративного управления	
2-11	Председатель высшего органа управления	—	Председатель высшего органа управления не является исполнительным директором Компании.
2-12	Роль высшего органа управления в контроле за управлением воздействиями	Управление в области устойчивого развития Система корпоративного управления	
2-13	Делегирование ответственности за управление воздействиями	Управление в области устойчивого развития Система корпоративного управления	
2-14	Роль высшего органа управления в отчетности об устойчивом развитии	—	Совет директоров утверждает задачу по разработке Отчета на этапе тендера, а также принимает результат работ в виде готового Отчета об устойчивом развитии и сопровождающей аналитической справки о возможностях для улучшений.
2-15	Конфликты интересов	Деловая этика и противодействие коррупции	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
2-16	Сообщение о важнейших вопросах	Система корпоративного управления	
2-17	Коллективные знания высшего органа управления	—	Поскольку Совет директоров был образован в 2025 году, то на данный момент программ по повышению квалификации членов Совета директоров по вопросам устойчивого развития не проводилось. Тем не менее все члены Совета директоров имеют доступ к системе LMS, где содержатся ознакомительные и образовательные курсы, включая материалы по устойчивому развитию.
2-18	Оценка эффективности работы высшего органа управления	—	Поскольку Совет директоров был образован в 2025 году, оценка его деятельности еще не проводилась.
2-19	Политика вознаграждения	Система корпоративного управления	Информация о политике вознаграждения является конфиденциальной. Ключевые показатели эффективности, связанные с достижением показателей устойчивого развития, включены в показатели оценки эффективности работы профильных членов Правления сообразно их зонам ответственности.
2-20	Процесс определения вознаграждения	Система корпоративного управления	
2-21	Годовой общий коэффициент компенсации	—	Компания не раскрывает данный показатель, данная информация является конфиденциальной.
2-22	Заявление о стратегии устойчивого развития	Обращение Генерального директора	
2-23	Обязательства по политикам	—	Основные обязательства Компании отражены в описаниях управленческих подходов к соответствующим темам.
2-24	Внедрение обязательств по политикам	—	Основные обязательства Компании отражены в описаниях управленческих подходов к соответствующим темам.
2-25	Процессы устранения негативного воздействия	Здоровье и безопасность потребителя Равенство, разнообразие и инклюзия Деловая этика и противодействие коррупции	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
2-26	Механизмы для получения консультаций и выражения беспокойств	Здоровье и безопасность потребителя Равенство, разнообразие и инклюзия Деловая этика и противодействие коррупции	
2-27	Соблюдение требований законодательства	Приложение. Дополнительные данные	
2-28	Членство в ассоциациях	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
2-29	Подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	
2-30	Коллективные договоры	—	12,8% сотрудников Компании были охвачены коллективным договором в 2024 году.
GRI 3: Существенные темы			
3-1	Процесс определения существенных тем	Определение существенных тем	
3-2	Список существенных тем	Определение существенных тем	
3-3	Управление существенными темами	—	Подходы к управлению существенными темами описаны в начале разделов, относящихся к соответствующим существенным темам.
GRI 203: Непрямые экономические воздействия			
203-1	Инвестиции в инфраструктуру и безвозмездные услуги	Благотворительность	
GRI 205: Противодействие коррупции			
205-1	Количество подразделений, прошедших оценку на предмет риска возникновения коррупции	Приложение. Дополнительные данные	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
205-2	Информирование о политиках и методах противодействия коррупции и обучение им	Деловая этика и противодействие коррупции Приложение. Дополнительные данные	Все сотрудники Компании были проинформированы и прошли обучение политикам и методам противодействия коррупции. Все деловые партнеры Компании проинформированы об имеющихся у ЮниРусь политиках и методах противодействия коррупции.
GRI 206: Препятствие конкуренции			
206-1	Правовые действия в отношении организации в связи с препятствием конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства	Приложение. Дополнительные данные	
GRI 301: Материалы			
301-2	Используемые вторичные исходные материалы	—	Общий объем переработанных материалов: 2022 год – 2 441 тонна (4,13% от общего объема использованных материалов) 2023 год – 2 407 тонн (6,59% от общего объема использованных материалов) 2024 год – 2 294 тонны. В связи с трансформационными процессами ЮниРусь перестроила систему учета материалов. В отчетном году методология сбора и анализа данных по общему объему использованных материалов адаптируется к новым бизнес-процессам, поэтому расчет доли за 2024 год был перенесен на следующий отчетный период.
GRI 302: Энергия			
302-1	Энергопотребление внутри организации	Изменение климата и энергоэффективность	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
302-3	Энергоемкость	Изменение климата и энергоэффективность	
GRI 303: Вода и сточные воды			
303-1	Ответственное водопотребление	Управление водными ресурсами	
303-2	Управление сбросом сточных вод и связанными с ним воздействиями на водные ресурсы	Управление водными ресурсами	
303-3	Водозабор	Управление водными ресурсами Приложение. Дополнительные данные	
303-4	Водосброс	Управление водными ресурсами	
303-5	Потребление воды	Управление водными ресурсами	
GRI 304: Биоразнообразие			
304-2	Существенное воздействие деятельности, продукции и услуг на биоразнообразие	Снижение воздействия на окружающую среду	
304-3	Сохраненные или восстановленные места обитания	Снижение воздействия на окружающую среду	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
GRI 305: Выбросы			
305-1	Прямые выбросы парниковых газов (область охвата 1)	Изменение климата и энергоэффективность Приложение. Дополнительные данные	
305-2	Косвенные выбросы парниковых газов (область охвата 2)	Изменение климата и энергоэффективность	
305-3	Прочие косвенные выбросы парниковых газов (область охвата 3)	Изменение климата и энергоэффективность	
305-4	Интенсивность выбросов парниковых газов	Изменение климата и энергоэффективность	
305-7	Выбросы в атмосферу оксидов азота, оксидов серы и других значимых загрязняющих веществ	Выбросы в атмосферный воздух	
GRI 306: Отходы			
306-1	Образование отходов и существенное воздействие в этой области	Управление отходами	
306-2	Управление значительными воздействиями, связанными с отходами	Управление отходами	
306-3	Образуемые отходы	Управление отходами Приложение. Дополнительные данные	
306-4	Отходы, направленные на переработку	Управление отходами Приложение. Дополнительные данные	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
306-5	Отходы, направленные на сжигание и захоронение	Управление отходами Приложение. Дополнительные данные	
GRI 401: Занятость			
401-1	Общее количество новых сотрудников, текучесть кадров	Забота о сотрудниках Приложение. Дополнительные данные	
401-2	Льготы для сотрудников, работающих на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости	Забота о сотрудниках	Ряд дополнительных льгот, сверх предусмотренных законодательством, зависит от должности и формата трудоустройства сотрудника. В частности: ◆ страхование жизни и здоровья предоставляется всем сотрудникам, кроме стажеров и сезонных сотрудников, ◆ отпуск по уходу за ребенком предоставляется всем сотрудникам, кроме сотрудников, трудоустроенных по срочному трудовому договору.
401-3	Отпуск по уходу за ребенком	Забота о сотрудниках Приложение. Дополнительные данные	
GRI 403: Здоровье и безопасность на рабочем месте			
403-1	Система управления вопросами охраны труда	Здоровье и безопасность сотрудников	
403-2	Определение и оценка производственных рисков и опасностей и расследование инцидентов, связанных с реализацией этих рисков	Здоровье и безопасность сотрудников	
403-3	Деятельность по охране труда на производстве	Здоровье и безопасность сотрудников	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
403-4	Участие сотрудников, проведение консультаций и предоставление информации по вопросам охраны труда	Здоровье и безопасность сотрудников	
403-5	Обучение сотрудников в области охраны труда	Здоровье и безопасность сотрудников	
403-6	Содействие улучшению здоровья сотрудников	Забота о сотрудниках	
403-7	Профилактика и смягчение воздействия на здоровье и безопасность труда, напрямую связанного с деловыми отношениями	Здоровье и безопасность сотрудников Забота о сотрудниках	
403-8	Работники, на которых распространяется система управления охраной труда и производственной безопасностью	Здоровье и безопасность сотрудников Приложение. Дополнительные данные	Система управления охраной труда не проходила процедуру внешнего аудита в отчетном году.
403-9	Производственный травматизм	Здоровье и безопасность сотрудников Приложение. Дополнительные данные	
403-10	Профессиональные заболевания	Здоровье и безопасность сотрудников Приложение. Дополнительные данные	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
GRI 404: Обучение и образование			
404-1	Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника	Забота о сотрудниках	
404-2	Программы повышения квалификации сотрудников и непрерывного профессионального роста	Забота о сотрудниках	
404-3	Доля сотрудников, получающих регулярную обратную связь по результатам работы и касательно развития карьеры в течение отчетного периода	Приложение. Дополнительные данные	Все сотрудники Компании получают обратную связь по результатам своей работы.
GRI 405: Разнообразие и равные возможности			
405-1	Социокультурное разнообразие руководящих органов и сотрудников	Забота о сотрудниках Равенство, разнообразие и инклюзия Приложение. Дополнительные данные	
405-2	Отношение базовой зарплаты женщин и мужчин	Равенство, разнообразие и инклюзия	
GRI 406: Недопущение дискриминации			
406-1	Общее количество случаев дискриминации и предпринятые корректирующие действия	Равенство, разнообразие и инклюзия	

Показатель GRI	Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
GRI 413: Местные сообщества			
413-1	Подразделения с внедренными программами взаимодействия с местными сообществами, программами оценки воздействия деятельности на местные сообщества и программами развития местных сообществ	Благотворительность	
413-2	Существенное фактическое или потенциальное негативное воздействие на местные сообщества	Благотворительность	
GRI 416: Здоровье и безопасность потребителя			
416-1	Оценка воздействия категорий продуктов и услуг на здоровье и безопасность	Ответственный подход к продуктам питания	
416-2	Случаи несоблюдения требований в отношении воздействия продуктов и услуг на здоровье и безопасность	Ответственный подход к продуктам питания	
GRI 417: Маркетинг и маркировка продукции			
417-1	Требования к информации и маркировке товаров и услуг	Ответственный подход к продуктам питания	

Указатель содержания SASB

При подготовке настоящего Отчета мы учитывали рекомендации отраслевых стандартов SASB (SASB Processed Foods, SASB Household & Personal products). Таблица ниже указывает на места в Отчете, где раскрывается информация по соответствующим показателям, а также дает необходимые пояснения.

Показатель SASB	Определение показателя	Раскрытие показателя
Управление энергопотреблением		
FB-PF-130a.1	(1) Общее потребление энергии, (2) доля электроэнергии из сети, (3) доля энергии из возобновляемых источников	Изменение климата и энергоэффективность
Управление водными ресурсами		
FB-PF-140a.1	(1) Общий объем забора воды, (2) общий объем потребленной воды; доля каждого показателя в регионах с высоким и чрезвычайно высоким уровнем водного стресса	Управление водными ресурсами
FB-PF-140a.2	Количество случаев несоблюдения требований по качеству воды	Управление водными ресурсами
FB-PF-140a.3	Описание водных рисков и стратегий их снижения	Управление водными ресурсами
Безопасность продуктов питания		
FB-PF-250a.3	(1) Количество уведомлений о нарушениях пищевой безопасности, (2) доля устраненных нарушений	В 2024 году было зарегистрировано 0 уведомлений о нарушениях пищевой безопасности.
FB-PF-250a.4	(1) Количество отзывов продукции, (2) объем отозванной продукции	0 отзывов продукции в связи с несоблюдением требований пищевой безопасности в 2024 году.

Показатель SASB	Определение показателя	Раскрытие показателя
Здоровое питание		
FB-PF-260a.1	Выручка от продукции, позиционируемой с точки зрения пользы для здоровья и питания	Приложение. Дополнительные данные
FB-PF-260a.2	Описание процесса выявления и управления рисками, связанными с питательностью и здоровьем	Ответственный подход к продуктам питания
Маркировка и рыночное позиционирование продукции		
FB-PF-270a.1	Доля рекламных показов, (1) ориентированных на детей и (2) соответствующих диетическим рекомендациям	Компания не создает рекламу, ориентированную на детей, поэтому рекламные показы, которые были бы предназначены для детей, в том числе продвигающие продукты, которые соответствуют диетическим рекомендациям, в 2024 году отсутствовали.
FB-PF-270a.3	Количество случаев несоблюдения стандартов маркировки и маркетинга	Приложение. Дополнительные данные
FB-PF-270a.4	Финансовые потери в результате судебных разбирательств, связанных с маркировкой и маркетингом	Приложение. Дополнительные данные
Управление жизненным циклом упаковки		
FB-PF-410a.1	(1) Общий вес упаковки, (2) доля упаковки из вторичных или возобновляемых материалов, (3) доля упаковки, пригодной к переработке, повторному использованию или компостированию	Приложение. Дополнительные данные
FB-PF-410a.2	Стратегии снижения экологического воздействия упаковки на протяжении ее жизненного цикла	Управление отходами
Метрики деятельности		
FB-PF-000.A	Вес проданной продукции	Арнест ЮниРусь сегодня
FB-PF-000.B	Количество производственных объектов	Арнест ЮниРусь сегодня

Указатель содержания показателей Проекта стандарта отчетности Минэкономразвития

Настоящий Отчет подготовлен с учетом версии проекта Стандарта отчетности об устойчивом развитии Минэкономразвития России, актуальной на момент подготовки Отчета[1]. Таблица ниже указывает на места в Отчете, где раскрывается информация по соответствующим показателям, а также необходимые пояснения. Прочие показатели не могут быть раскрыты ввиду конфиденциальности информации или отсутствия соответствующего учета.

[1] Проект Постановления «О Стандарте отчетности об устойчивом развитии и требованиях к системе верификации соответствия деятельности организаций стандарту общественного капитала бизнеса» Минэкономразвития России, № 150788 версия от 24.09.2024 г.

Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
Экологические показатели		
Объем использованной воды из всех источников водоснабжения	Управление водными ресурсами	
Объем собственного потребления воды из всех источников водоснабжения, без учета отпуска воды внешним потребителям без ее использования	Управление водными ресурсами Приложение. Дополнительные данные	
Объем сбросов загрязненных сточных вод в водные объекты и/или переданных загрязненных стоков на очистку другим предприятиям	Управление водными ресурсами	
Образовано отходов I–V классов опасности	Управление отходами	
Обращение с отходами всего, в том числе по категориям	Управление отходами	
Объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников	Выбросы в атмосферный воздух	
Объем выбросов парниковых газов, в том числе Охват 1 и Охват 2	Изменение климата и энергоэффективность	

Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
Удельные выбросы загрязняющих веществ I и II классов опасности, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду и здоровье человека	Выбросы в атмосферный воздух	
Удельные выбросы загрязняющих веществ III и IV классов опасности, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду и здоровье человека	Выбросы в атмосферный воздух	
Расходы на реализацию мероприятий, связанных с охраной окружающей среды	—	Отношение расходов Компании на реализацию мероприятий, связанных с охраной окружающей среды, к общей сумме управленческих расходов организации в 2024 году составляет 2,5%.
Объем потребления возобновляемой и низкоуглеродной энергии	Изменение климата и энергоэффективность	
Собственное энергопотребление, без учета отпуска тепла и электроэнергии внешним потребителям	Изменение климата и энергоэффективность	
Затраты на компенсации в виде платы за негативное воздействие на окружающую среду	—	В 2024 году Компания не выплачивала компенсации за негативное воздействие на окружающую среду.
Затраты на компенсации и штрафы, в части: а) штрафов за нарушения природоохранного законодательства; б) выплаченной компенсации вреда (ущерба), причиненного окружающей среде, отдельным компонентам природной среды.	—	В 2024 году Компания не выплачивала компенсации и штрафы за нарушения природоохранного законодательства.
Число экологически-значимых инцидентов (в т.ч. в результате техногенных катастроф)	—	В 2024 году в Компании отсутствовали экологически-значимые инциденты.
Социальные показатели		
Среднесписочная численность работников	Приложение. Дополнительные данные	

Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
Доля работников, являющихся инвалидами	Равенство, разнообразие и инклюзия	
Доля работников с указанием распределения по каждой из следующих категорий: пол возрастная группа	Забота о сотрудниках Равенство, разнообразие и инклюзия Приложение. Дополнительные данные	
Средняя заработная плата, всего, в том числе: по группам занятий по полу с учетом групп занятий по возрастным группам	Забота о сотрудниках Равенство, разнообразие и инклюзия Приложение. Дополнительные данные	
Расходы на мероприятия по охране труда и промышленную безопасность, всего, в том числе в среднем на одного работника	—	Отношение расходов Компании на мероприятия по охране труда и промышленную безопасность к общей сумме управленческих расходов организации в 2024 году — 3%.
Коэффициент частоты производственного травматизма персонала организации без учета персонала подрядчиков (LTIFR) на 1 000 000 человеко-часов	Здоровье и безопасность сотрудников Приложение. Дополнительные данные	
Количество смертельных случаев работников организации без учета персонала подрядчиков	Здоровье и безопасность сотрудников Приложение. Дополнительные данные	
Расходы организации на обучение работников, всего, в том числе в среднем на одного работника	—	Отношение расходов Компании на обучение работников к общей сумме управленческих расходов организации в 2024 году — 1,1%.
Среднее количество часов обучения в год на одного работника	Забота о сотрудниках	
Доля работников, охваченных коллективным договором, в среднесписочной численности работников	—	12,8% сотрудников Компании были охвачены коллективным договором в 2024 году.
Доля работников, работающих по бессрочному трудовому договору	Забота о сотрудниках Приложение. Дополнительные данные	

Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
Доля работников, работающих по срочному трудовому договору	Забота о сотрудниках Приложение. Дополнительные данные	
Коэффициент текучести кадров	Забота о сотрудниках Приложение. Дополнительные данные	
Расходы на участие в поддержке социальных программ, не направленных на работников и членов их семей	Благотворительность	
Расходы на организацию и проведение медицинских мероприятий для работников и членов их семей, всего, в том числе в среднем на одного работника	—	В 2024 году расходы Компании на поддержку здоровья работников и представителей местного населения составили 172 361 тыс. рублей, что составляет 5,76% от общих управленческих расходов организации.
Количество работников, получивших поддержку (финансовую и нефинансовую, в том числе постоянное или временное изменение условий труда) в сложной жизненной ситуации	—	В 2024 году расходы Компании по программам материальной помощи сотрудникам, оказавшимся в сложной жизненной ситуации, составили 4 808 тыс. рублей, что составляет 0,16% от общих управленческих расходов Компании.
Управленческие показатели		
Доля женщин – руководителей в общей численности руководителей всего, в том числе в коллегиальном органе управления	Забота о сотрудниках Равенство, разнообразие и инклюзия	
Количество зафиксированных случаев нарушения прав коренных малочисленных народов Российской Федерации	—	В 2024 году в Компании отсутствовали случаи нарушения прав коренных малочисленных народов Российской Федерации.
Число корпоративных споров	—	В 2024 году в Компании отсутствовали корпоративные споры.
Факт привлечения к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации за нарушение прав потребителей	—	В 2024 году в Компании отсутствовали случаи нарушения прав потребителей в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Описание показателя	Место раскрытия показателя	Комментарий
Количество зафиксированных социально-значимых инцидентов (забастовки и случаи нарушения со стороны организации прав местных сообществ, приведшие к публичным мероприятиям)	—	В 2024 году в Компании отсутствовали социально-значимые инциденты.
Экономические показатели		
Выручка (показатель, аналогичный выручке)	—	Выручка Компании в 2024 году составила 71,4 млрд рублей.
Общие расходы на научные исследования и (или) опытно-конструкторские разработки	—	Отношение расходов Компании на научные исследования и опытно-конструкторские разработки к общей сумме управленческих расходов организации в 2024 году составляет 2,33%.
Показатели вклада в достижение национальных целей Российской Федерации		
Расходы организации на программы поддержки семьи и родительства	—	В 2024 году расходы Компании на программы поддержки семьи и родительства составили 4 848 тыс. рублей, что составляет 0,16% от общих управленческих расходов организации.
Расходы организации на инициативы и проекты, направленные на формирование традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей	—	В 2024 году расходы Компании на инициативы и проекты, направленные на формирование традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, составили 249 тыс. рублей, что составляет 0,01% от общих управленческих расходов организации.
Расходы организации на поддержку массового спорта	—	В 2024 году расходы Компании на поддержку массового спорта составили 24 242 тыс. рублей, что составляет 0,18% от общих управленческих расходов организации.

Дополнительные данные

Экология

GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5

Общий объем образования отходов[1], тыс. тонн

Показатель	2022	2023	2024
Общий объем образования отходов по Компании	**6,02**	**6,13**	**5,30**
Опасные отходы, в том числе:	**0,10**	**0,03**	**0,03**
I класс опасности	0,00	0,00	0,00
II класс опасности	0,00	0,00	0,00
III класс опасности	0,10	0,03	0,03
Неопасные отходы, в том числе:	**5,92**	**6,10**	**5,28**
IV класс опасности	0,64	0,70	1,11
V класс опасности	5,29	5,40	4,16
Строительные отходы	0,00	0,00	0,00
Бытовые отходы	0,15	0,19	0,25

Объем утилизированных и повторно используемых отходов, тыс. тонн

Показатель	2022	2023	2024
Количество утилизированных и повторно использованных отходов по Компании	**3,49**	**2,52**	**3,16**
Повторное использование	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Утилизация в производстве, в том числе:	3,49	2,52	3,16
опасных отходов (I–III классы опасности)	0,00	0,00	0,00
неопасных отходов (IV–V классы опасности), в том числе:	3,49	2,52	3,16
внутри Компании	**0,00**	**0,00**	**0,00**
в подрядных организациях	3,49	2,52	3,16
Прочие операции по возвращению отходов в хозяйственный оборот	**0,00**	**0,00**	**0,00**

[1] Здесь и далее незначительные отклонения в данных связаны с округлением.

Объем отходов, направленных на сжигание и захоронение, тыс. тонн

Показатель	2022	2023	2024
Количество отходов, направленных на сжигание, захоронение и обезвреживание, по Компании	**2,53**	**2,90**	**2,31**
Сжигание с извлечением энергии, в том числе:	**2,38**	**2,55**	**1,98**
опасных отходов (I–III классы опасности)	**0,10**	**0,03**	**0,02**
внутри Компании	0	0,00	0,00
в подрядных организациях	0,10	0,03	0,02
неопасных отходов (IV–V классы опасности)	**2,28**	**2,53**	**1,95**
внутри Компании	0	0,00	0,00
в подрядных организациях	2,28	2,53	1,95
Сжигание без извлечения энергии, в т.ч.	**0,00**	**0,15**	**0,08**
опасных отходов (I–III классы опасности)	**0,00**	**0,00**	**0,00**
неопасных отходов (IV–V классы опасности)	**0,00**	**0,15**	**0,08**
внутри Компании	0,00	0,00	0,00
в подрядных организациях	0,00	0,15	0,08
Захронение, в т.ч.	**0,15**	**0,19**	**0,25**
опасных отходов (I–III классы опасности)	**0,00**	**0,01**	**0,00**
внутри Компании	0,00	0,00	0,00
в подрядных организациях	0,00	0,01	0,01
неопасных отходов (IV–V классы опасности)	**0,15**	**0,18**	**0,25**
внутри Компании	0,00	0,00	0,00
в подрядных организациях	0,15	0,18	0,25
Прочие операции, не направленные на возвращение в хозяйственный оборот	**0,00**	**0,00**	**0,00**

Объем забираемой воды, тыс. куб.м

Показатель	2022[2]	2023	2024
Общий объем забираемой пресной воды, всего по Компании, в том числе:	536,20	550,50	657,73
из поверхностных водных объектов	536,20	540,30	645,80
подземных вод	0,00	10,20	11,93

Упаковка пищевой продукции

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Общий вес упаковки				
Общий вес упаковки **мороженого**	тонн	4 219	4 767	5 697
Общий вес упаковки **Фуд Солюшенс Professional**	тонн	-	-	501
Вес упаковки, сделанной из переработанных или возобновляемых материалов				
Мороженое	тонн	3 042	3 553	4 019
Фуд Солюшенс Professional	тонн	-	-	210
Процент упаковки, сделанной из переработанных или возобновляемых материалов				
Мороженое	%	72%	75%	71%
Фуд Солюшенс Professional	%	-	-	42%
Вес упаковки, которая является перерабатываемой, компостируемой или может быть повторно использована				
Мороженое	тонн	4 167	4 728	5 616
Фуд Солюшенс Professional	тонн	-	-	501
Процент упаковки, которая является перерабатываемой, компостируемой или может быть повторно использована				
Мороженое	%	99%	99%	99%
Фуд Солюшенс Professional	%	-	-	100%

[2] Данные за 2022 год не включают забор вод из подземных источников, так как они не входят в текущий периметр Компании.

Персонал

Кадровый состав

GRI 2-7, GRI 2-8, GRI 405-1

Численность персонала на конец года, чел.

Показатель	Фактическая численность на 31.12.2022	Фактическая численность на 31.12.2023	Фактическая численность на 31.12.2024
Всего сотрудников Компании	**2 487**	**2 718**	**3 000**
в том числе женщин	1 164	1 299	1 416
в том числе мужчин	1 323	1 419	1 584
Москва			
в том числе женщин	276	332	377
в том числе мужчин	122	134	174
Санкт-Петербург			
в том числе женщин	119	131	151
в том числе мужчин	243	232	247
Екатеринбург			
в том числе женщин	201	208	226
в том числе мужчин	189	202	260
Тула			
в том числе женщин	154	156	165
в том числе мужчин	171	187	214
Омск			
в том числе женщин	280	329	342
в том числе мужчин	302	360	374
Другие регионы			
в том числе женщин	134	143	155
в том числе мужчин	296	304	315

Численность персонала на конец года, в разбивке по возрасту, чел.

Показатель	2022	2023	2024
Всего сотрудников, в том числе:	**2 487**	**2 718**	**3 000**
до 30 лет	208	350	528
30-50 лет	1 740	1 825	1 927
старше 50 лет	539	543	545

Распределение сотрудников по полу и возрасту на конец года, %

Показатель	2022	2023	2024
в том числе по полу:			
Женщин	46,80%	47,79%	47,20%
Мужчин	53,20%	52,21%	52,80%
в том числе по возрасту:			
до 30 лет	8,36%	12,88%	17,60%
30-50 лет	69,96%	67,14%	64,23%
старше 50 лет	21,67%	19,98%	18,17%

Среднесписочная численность персонала, чел.

Показатель	2022	2023	2024
Среднесписочная численность персонала	**2 753**	**2 678**	**2 893**
в том числе по полу:			
Женщин	1 249	1 312	1 418
Мужчин	1 504	1 366	1 475
в том числе по категориям должностей:			
Руководители	180	191	210
Специалисты	1 075	1 086	1 158
Рабочие	1 498	1 401	1 525

Численность сотрудников в разбивке по типу договора, чел.

Показатель	2022		2023		2024							
	Количество сотрудников, работающих по **срочному** трудовому договору		Количество сотрудников, работающих по **бессрочному** трудовому договору		Количество сотрудников, работающих по **срочному** трудовому договору		Количество сотрудников, работающих по **бессрочному** трудовому договору		Количество сотрудников, работающих по **срочному** трудовому договору		Количество сотрудников, работающих по **бессрочному** трудовому договору	
	Мужчины	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**
Всего сотрудников	**10**	**15**	**1 313**	**1 149**	**34**	**53**	**1 385**	**1 246**	**43**	**86**	**1 541**	**1 330**
Москва	1	9	121	267	3	13	131	319	8	24	166	353
Санкт-Петербург	0	0	243	119	2	3	230	128	6	8	241	143
Екатеринбург	0	1	189	200	0	2	202	206	0	7	260	219
Тула	0	1	171	153	1	1	186	155	1	0	213	165
Омск	4	4	298	276	27	34	333	295	24	46	350	296
Другие регионы	5	0	291	134	1	0	303	143	4	1	311	154

Численность сотрудников в разбивке по типу занятости, чел.

Показатель	2022		2023		2024							
	Количество сотрудников, работающих на условиях **полной** занятости, чел.		Количество сотрудников, работающих на условиях **частичной** занятости, чел.		Количество сотрудников, работающих на условиях **полной** занятости, чел.		Количество сотрудников, работающих на условиях **частичной** занятости, чел.		Количество сотрудников, работающих на условиях **полной** занятости, чел.		Количество сотрудников, работающих на условиях **частичной** занятости, чел.	
	Мужчины	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**	**Мужчины**	**Женщины**
Всего сотрудников	**1 316**	**1 144**	**7**	**20**	**1 408**	**1 275**	**11**	**24**	**1 578**	**1 401**	**6**	**15**
Москва	121	270	1	6	131	326	3	6	171	374	3	3
Санкт-Петербург	242	118	1	1	231	128	1	3	247	148	0	3
Екатеринбург	186	198	3	3	196	199	6	9	258	224	2	2
Тула	171	151	0	3	187	156	0	0	213	164	1	1
Омск	302	278	0	2	359	326	1	3	374	339	0	3
Другие регионы	294	129	2	5	304	140	0	3	315	152	0	3

Численность внештатных сотрудников[3], чел.

Показатель	2022	2023	2024
Всего внештатных сотрудников, чел.	**13**	**19**	**32**
Екатеринбург	0	3	4
Красноярск	0	1	0
Москва	6	2	18
Новосибирск	2	0	0
Омск	3	4	3
Ростов-на-Дону	0	1	0
Санкт-Петербург	1	4	4
Тула	1	4	3

Статистика по отпуску по уходу за ребенком, чел.

Показатель	2022	2023	2024
Всего сотрудников, ушедших в отпуск по уходу за ребенком	**46**	**37**	**72**
в том числе женщин	44	36	56
в том числе мужчин	2	1	16
Всего сотрудников, вернувшихся на работу после окончания отпуска по уходу за ребенком	**67**	**40**	**68**
в том числе женщин	63	39	56
в том числе мужчин	4	1	12
Всего сотрудников, вернувшихся после отпуска по уходу за ребенком и продолжающих работать спустя 12 месяцев после возвращения	**66**	**28**	**58**
в том числе женщин	62	27	44
в том числе мужчин	4	1	14

[3] Сотрудники, которые оказывают услуги по договору ГПХ, а также самозанятые.

Текучесть

GRI 401-1, GRI 401-3

Количество новых сотрудников, чел.

Показатель	2022				2023				2024			
	до 30 лет	30-50 лет	более 50 лет	Итого	до 30 лет	30-50 лет	более 50 лет	Итого	до 30 лет	30-50 лет	более 50 лет	Итого
Всего новых сотрудников	**376**	**474**	**52**	**902**	**436**	**477**	**56**	**969**	**515**	**479**	**69**	**1 063**
в том числе женщин	162	222	25	409	192	222	22	436	235	188	31	454
в том числе мужчин	214	252	27	493	244	255	34	533	280	291	38	609

Текучесть персонала[5], %

Показатель	2022				2023				2024			
	до 30 лет	30-50 лет	более 50 лет	Итого	до 30 лет	30-50 лет	более 50 лет	Итого	до 30 лет	30-50 лет	более 50 лет	Итого
Всего новых сотрудников	**42**	**9**	**3**	**10**	**21**	**8**	**3**	**9**	**23**	**9**	**3**	**10**
в том числе женщин	46	6	1	9	14	7	1	7	18	7	3	8
в том числе мужчин	37	11	3	11	29	9	4	11	27	11	3	12

[5] Рассчитывается как отношение количества сотрудников, уволившихся в отчетном периоде, к среднесписочной численности персонала за тот же период.

Развитие сотрудников

GRI 404-3

Общее число, и доля, сотрудников, которые получают регулярную обратную связь по результатам работы и касательно развития карьеры в течение отчетного периода[6]

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Всего сотрудников	**чел.**	**1 214**	**1 341**	**1 264**
	%	44	50	44
в том числе по полу:				
Женщин	**чел.**	**887**	**1 005**	**930**
	%	71	77	66
Мужчин	**чел.**	**327**	**336**	**334**
		22	25	23
в том числе по категориям должностей:				
Руководители	**чел.**	**172**	**191**	**202**
	%	96	100	96
Специалисты	**чел.**	**1 042**	**1 150**	**1 062**
		97	106	92

[6] Доля сотрудников, получающих регулярную обратную связь, рассчитывается от среднесписочной численности сотрудников в отчетном периоде.

Охрана труда

GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10

Показатель	2022				2023				2024			
	Работники Компании		Работники подрядных организаций		Работники Компании		Работники подрядных организаций		Работники Компании		Работники подрядных организаций	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Количество работников, охваченных системой управления охраной труда и промышленной безопасностью	2 753	100	733	100	3 702	100	876	100	2 173	100%	2 174	100%
Количество работников, охваченных системой управления охраной труда и промышленной безопасностью, прошедшей процедуру внутреннего аудита	2 753	100	733	100	3 702	100	876	100	2 173	100%	2 174	100%

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Работники компании				
Количество смертельных случаев, связанных с производственной деятельностью компании	ед.	0	0	0
Коэффициент смертельных случаев, связанных с производственной деятельностью компании	-	0	0	0
Количество тяжелых травм, связанных с производственной деятельностью компании[8]	ед.	0	0	0
Коэффициент тяжелых травм, связанных с производственной деятельностью компании[8]	-	0	0	0
Количество травм с временной потерей трудоспособности	ед.	4	6	1
Коэффициент частоты травм с временной потерей трудоспособности (LTIFR[7])[9]	-	0,75	1,18	0,18
Количество производственных травм[9]	ед.	4	6	1
Коэффициент частоты регистрируемых происшествий (травмирования) (TRIR/TRIFR)[9]	-	0,75	1,18	0,18
Общее количество отработанных часов (человеко-часов)	чел.-час.	5 304 629	5 100 075	5 614 794,48

[7] Все коэффициенты травматизма рассчитываются на 1 млн отработанных часов.

Тяжелые травмы — травмы, для полного восстановления после которых работникам потребовалось не более 6 месяцев.

[8] Без учета смертельных и легких случаев.

[9] Всего травм, с учетом смертельных случаев.

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Работники подрядных организаций				
Количество смертельных случаев, связанных с производственной деятельностью компании	ед.	0	0	0
Коэффициент смертельных случаев, связанных с производственной деятельностью компании	-	0	0	0
Количество тяжелых травм, связанных с производственной деятельностью компании[8]	ед.	0	0	0
Коэффициент тяжелых травм, связанных с производственной деятельностью компании[8]	-	0	0	0
Количество травм с временной потерей трудоспособности	ед.	0	0	0
Коэффициент частоты травм с временной потерей трудоспособности (LTIFR)[9]	-	0	0	0
Количество производственных травм (TRI)[9]	ед.	0	0	0
Коэффициент частоты регистрируемых происшествий (травмирования) (TRIFR)[9]	-	0	0	0
Общее количество отработанных часов (человеко-часов)	чел.-час.	1 161 033	1 308 196	1 508 532

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Работники Компании и подрядных организаций				
Количество смертельных случаев, связанных с производственной деятельностью компании	ед.	0	0	0
Коэффициент смертельных случаев, связанных с производственной деятельностью компании	-	0	0	0
Количество тяжелых травм, связанных с производственной деятельностью компании[8]	ед.	0	0	0
Коэффициент тяжелых травм, связанных с производственной деятельностью компании[8]	-	0	0	0
Количество травм с временной потерей трудоспособности	ед.	4	6	1
Коэффициент частоты травм с временной потерей трудоспособности (LTIFR)[9]	-	0,62	0,94	0,14
Количество производственных травм (TRI)[9]	ед.	4	6	1
Коэффициент частоты регистрируемых происшествий (травмирования) (TRIFR)[9]	-	0,62	0,94	0,14
Общее количество отработанных часов (человеко-часов)	чел.-час.	6 465 662	6 408 271	7 123 326,53

[8] Без учета смертельных и легких случаев.

[9] Всего травм, с учетом смертельных случаев.

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Работники Компании				
Количество смертельных случаев, вызванных профессиональными заболеваниями	ед.	0	0	0
Количество случаев профессиональных заболеваний (впервые выявленные случаи)	ед.	0	0	0
Работники подрядных организаций				
Количество смертельных случаев, вызванных профессиональными заболеваниями	ед.	0	0	0
Количество случаев профессиональных заболеваний (впервые выявленные случаи)	ед.	0	0	0

Деловая этика и противодействие коррупции

GRI 205-1, GRI 205-2

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Доля подразделений, в отношении которых проводились оценки рисков, связанных с коррупцией, от общего количества подразделений, %	%	100	100	100
Доля деловых партнеров, проинформированных о политиках и методах противодействия коррупции	%	100	100	100

Штрафы и суды

Показатель	2022	2023	2024
Случаи несоблюдения законодательных требований и нормативных актов в отчетном периоде	329	414	382
Случаи, за которые были наложены штрафы	329	414	382
Случаи, по которым были применены иные (не денежные) санкции	0	0	0

Количество и сумма выплаченных в отчетном периоде штрафов

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Количество выплаченных штрафов за случаи несоблюдения законодательных и нормативных актов в отчетном периоде:	**шт.**	**329**	**414**	**382**
Количество выплаченных штрафов за случаи несоблюдения законодательных и нормативных актов, которые произошли в **текущем** отчетном периоде	шт.	0	0	382
Количество выплаченных штрафов за случаи несоблюдения законодательных и нормативных актов, которые произошли в **предыдущем** отчетном периоде	шт.	329	414	0
Общая сумма выплаченных штрафов за случаи несоблюдения законодательных и нормативных актов в отчетном периоде:	**тыс. руб.**	**185 250**	**219 950**	**236 000**
Сумма выплаченных штрафов за случаи несоблюдения законодательных и нормативных актов, которые произошли в **текущем** отчетном периоде	тыс. руб.	0	0	236 000
Сумма выплаченных штрафов за случаи несоблюдения законодательных и нормативных актов, которые произошли в **предыдущем** отчетном периоде	тыс. руб.	185 250	219 950	0

Количество существенных случаев[10] несоблюдения законодательства, шт.

Показатель	2022	2023	2024
Количество существенных случаев несоблюдения законодательства:	**0**	**0**	**0**
Существенные случаи, за которые на Компанию были наложены штрафы	0	0	0
Существенные случаи, за которые на Компанию были наложены неденежные санкции	0	0	0

[10] Под существенными случаями понимаются нарушения законодательства, имеющие значимые последствия для компании, например: превышающие установленный денежный порог, повлекшие приостановку деятельности или вызвавшие общественный резонанс.

Количество случаев правовых действий в отношении организации в связи с ограничением конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства (шт.)

Показатель	2022	2023	2024
Количество правовых действий в отношении организации в связи с ограничением конкуренции и нарушением антимонопольного законодательства	**0**	**0**	**0**
Понесенные убытки в пользу другой стороны правового действия, а также административные штрафы, в млн руб.	0	0	0
Иные результаты правовых действий	0	0	0

Устойчивый продукт

Случаи несоответствия нормативным кодексам, законам или другим требованиям, связанным с маркировкой или маркетингом

Показатель	Ед. измерения	2022	2023	2024
Количество случаев несоответствия	шт.	0	0	0
Объем финансовых потерь в результате судебных разбирательств, связанных с маркировкой и маркетингом	тыс. руб.	0	0	0
Объем выручки от продукции, позиционируемой с точки зрения пользы для здоровья и питания, всего, в том числе:	тыс. руб.	254 373	352 234	398 877
Фуд Солюшенс Professional	тыс. руб.	80 000	110 000	150 000
Мороженое	тыс. руб.	174 373	242 234	248 877