

ООО «ЮНИЛЕВЕР РУСЬ» // UNILEVER

Unilever – один из мировых лидеров по производству товаров повседневного спроса. На российском рынке компания ведёт свою деятельность с 1992 г. Выпуск продукции осуществляется на базе четырёх крупных производственных кластеров, расположенных в Туле, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Омске. Общий объём инвестиций компании в российскую экономику превышает 178 млрд руб.

Численность персонала в России – порядка 7 тыс. человек.



ДЖЕЙ-ВИ РАМАН
Президент

JV RAMAN
President

Unilever is one of the world's largest consumer goods producers. It came to the Russian market in 1992. The company has 4 manufacturing locations in the country, situated in Tula, St. Petersburg, Ekaterinburg and Omsk. The total volume of company's investment into the Russian economy exceeds 178 billion rubles.

The total number of Unilever's staff in Russia is over 7 thousand people.

Summary see p. 147

НОЛЬ ОТХОДОВ НА ЗАХОРОНЕНИЕ

Unilever определил одной из своих целей сделать устойчивое и достойное качество жизни доступным для всех. Компания убеждена, что в нестабильном мире, на фоне климатических изменений и роста населения планеты, устойчивое развитие является той долгосрочной стратегией, которая позволит достичь роста бизнеса и принести пользу обществу. Чтобы добиться успеха в достижении этой цели, необходимо изменить подход к ведению бизнеса и сделать программы более масштабными в тех областях, где можно достичь наибольших изменений.

Запущенный в 2010 г. План устойчивого развития и повышения качества жизни является программой устойчивого роста Unilever. План помогает обеспечивать прибыльный рост брендов компании, снижать издержки и внедрять инновационные решения. Главная задача – к 2020 г. удвоить объёмы бизнеса, одновременно снизив вдвое воздействие на окружающую среду и повысить своё положительное влияние на жизнь общества.

В Плане определены три ключевые цели, для достижения которых Unilever взял на себя девять обязательств, подкреплённых целевыми показателями социальной, экологической и экономической деятельности, в том числе к 2020 г.:

- улучшение здоровья и самочувствия 1 млрд человек;
- снижение воздействия своей продукции на окружающую среду вдвое;
- повышение уровня жизни миллионов людей по мере увеличения объёмов бизнеса.

План устойчивого развития и повышения качества жизни отличаются три особенности.

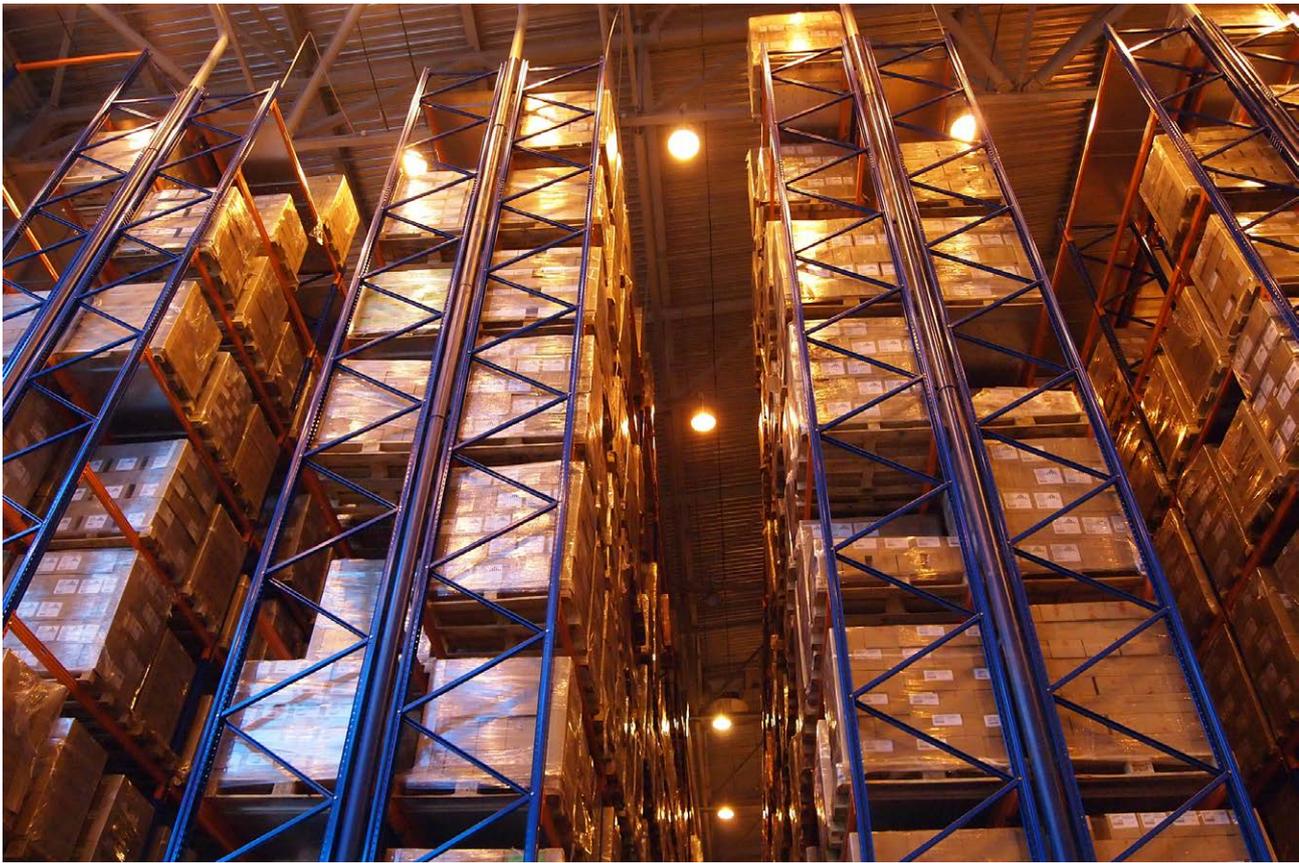
Во-первых, он охватывает весь портфель брендов и все страны, где компания ведёт свою деятельность.

Во-вторых, он имеет социальную и экономическую составляющую – продукты Unilever улучшают здоровье и благополучие, а бизнес компании помогает повысить уровень жизни людей.

В-третьих, говоря о воздействии на окружающую среду, Unilever учитывает все этапы жизненного цикла продукции – от закупки сырья и производства продукции до её потребления.

«Цикл самоусиления роста» описывает, как Unilever получает прибыль благодаря бизнес-модели устойчивого развития:





- Рост, определяемый устойчивым развитием. Бренды, в миссию которых интегрированы принципы устойчивого развития, являются движущей силой успеха бизнеса Unilever.
- Меньше отходов, меньше риска. Снижая потери энергии и сырья, а также потери на производстве, компания наращивает производительность и снижает издержки, что помогает улучшить показатели прибыли
- «Устойчивые» инновации и партнёрства. Рассматривая процессы разработки продукта, закупки сырья и производства через призму устойчивого развития, Unilever открывает для себя новые возможности для инноваций.

Политика по охране труда, здоровья и защите окружающей среды

На локальном уровне компания принимает и реализует Политику по охране труда, здоровья и защите окружающей среды и обязуется соответствовать высшим стандартам в этих областях во всех сферах своего бизнеса, чтобы отвечать ожиданиям и нуждам своих конечных потребителей, клиентов и общества.

В рамках Политики компания берёт на себя следующие обязательства, в числе прочего:

1. разрабатывать, внедрять и поддерживать высокие стандарты компании в области охраны труда, здоровья и защиты окружающей среды и гарантировать их выполнение;
2. проводить обучение персонала с целью повышения уровня его осведомлённости в вопросах влияния и значения охраны труда и окружающей среды, внедрять лучшие практики во все сферы деятельности компании;
3. работать совместно с поставщиками, клиентами и потребителями в достижении наилучших результатов компании в области охраны труда и защиты окружающей среды;
4. публиковать информацию о показателях в области охраны труда и защиты окружающей среды, включая внешние показатели, готовить отчёт по данным показателям.

За соответствие компании требованиям Политики отвечает генеральный директор, а за внедрение и реализацию во всей компании несёт ответственность совет директоров. Вице-президент службы по поставкам и директора заводов руководят этими процессами в офисах и на производствах, а старший менеджер компании по охране труда и окружающей среды – на уровне всей организации.

Снижение воздействия на окружающую среду

В рамках второй сверхзадачи – снижение воздействия на окружающую среду вдвое к 2020 г. – Unilever реализует программы как на своих производствах, внедряя энергосберегающие технологии

и перехода на возобновляемые источники энергии, так и в отношении продукции, производимой компанией, путём внедрения инновационных решений, направленных на усовершенствование состава продукции и её упаковки.

С 2008 г. экономия от внедрения экологических инициатив в производственные процессы Unilever достигла 400 млн евро, и значительный вклад в это достижение внесли проекты по повышению энергоэффективности.

Снижение выбросов парниковых газов

- За период с 2008 г. компания снизила выбросы углекислого газа от используемых ею энергосистем на 37% в пересчёте на тонну выпускаемой продукции.
- В настоящее время 14% портфеля Unilever в топ-14 стран, включая Россию, представлено в виде концентрированных и более «компактных» продуктов, позволяющих снизить нежелательное воздействие на окружающую среду в процессе их использования.



- Экологичные морозильные камеры, используемые Unilever для хранения мороженого в предприятиях розничной торговли, помогают значительно снизить негативное воздействие на окружающую среду с точки зрения углеродного следа, поскольку такие камеры не содержат фреонов и являются на 10% более энергоэффективными, чем стандартные морозильные камеры. К настоящему времени компания закупила почти 2 млн таких камер по всему миру, включая 54 тыс. камер в России.

Снижение расхода воды

- За период с 2008 г. Unilever снизил расход воды на своих производствах на 38% в пересчёте на тонну выпускаемой продукции.
- Запуск принципиально новой станции по очистке промышленных вод в производственном кластере компании в Санкт-Петербурге позволил только на первом этапе снизить воздействие производственных процессов компании на потребляемую воду почти на 80% (по сравнению с исходным уровнем 2010 г.).

Снижение отходов

- За период с 2008 г. компания снизила объёмы образующихся на производстве отходов на 85% на тонну продукции.
- С января 2015 г. все производственные центры Unilever в мире перестали отправлять неопасные отходы на захоронение на полигоны.

Принцип «Ноль отходов на захоронение»

Unilever в России реализует в своей производственной цепи проект, который декларирует принцип «Ноль отходов на захоронение».

Unilever принадлежит 240 фабрик, расположенных в 67 странах мира. В результате деятельности этих производств образовывалось

до 140 тыс. тонн неопасных отходов ежегодно (из них более 6,7 тыс. тонн приходилось на Россию).

С января 2015 г. 100% этих отходов направляется на переработку или дальнейшее использование в качестве вторичного сырья в других отраслях.

В России принцип «ноль отходов на захоронение» первой воплотила в жизнь чаеразвесочная фабрика Unilever в Санкт-Петербурге ещё в 2013 г. В течение последующих 2 лет компании предстояло выполнить достаточно непростую задачу – реализовать этот принцип на остальных пяти российских производствах, расположенных в Санкт-Петербурге, Туле, Екатеринбурге и Омске.

Решение задачи включало в себя следующие этапы:

- анализ структуры отходов фабрик и формирование «дерева» отходов;
- организация системы отдельного сбора отходов;
- выбор способов обращения с отходами;
- выбор поставщиков услуг по переработке и утилизации;

	Анализ структуры отходов фабрик
	Формирование системы отдельного сбора отходов
	Выбор способов утилизации/ переработки
	Выбор поставщика услуг по переработке/ утилизации
	Контроль за качеством исполнения и аудит

- проведение регулярного аудита и контроль за качеством исполнения услуг по переработке и утилизации.

В процессе реализации проекта специалистами Unilever были выявлены определённые обстоятельства, среди которых:

- успехи проекта чаеразвесочной фабрики могли быть спроецированы на другие производства лишь частично, поскольку у каждой фабрики в зависимости от вида производимой продукции формировались свои виды отходов, к которым требовался индивидуальный подход;
- выбор способов обращения с отходами и разнообразие этих способов различались в зависимости от возможностей региона, в котором находилось производство;
- в Тульской области в результате работы локальных очистных сооружений фабрики мороженого Unilever образовывался специфический вид отходов – флотопена, представляющая собой соединение пузырьков газа, частиц жира и загрязнений и жидкости. Доля данного вида отходов составляла около 50% в общей структуре отходов всех производственных центров Unilever в России. По итогам проведения тендеров компания заключила контракты на переработку и обращение с отходами с такими компаниями, как «ЭкоТерра», «ЭкоВторСервис», «Аконит», «Экологическая компания Энергия» и др.

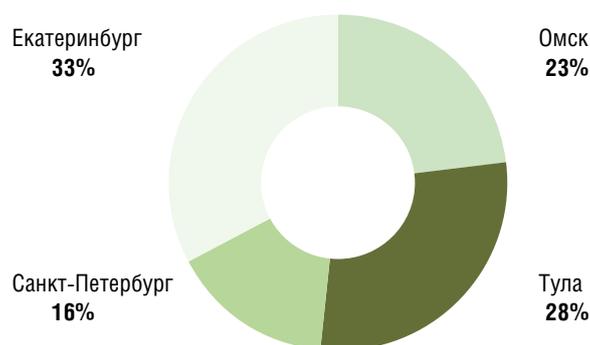
Преобладающими способами обращения с отходами стали:

1. Повторное использование (для *деревянных и пластиковых поддонов*);
2. Переработка (*картон, пластик, металлолом, фильтр-пакеты*);
3. Корм для сельскохозяйственных животных (*вафельные отходы*);
4. Компостирование (*другие пищевые отходы*);
5. Сжигание с выработкой энергии (*загрязнённая упаковка*);
6. Анаэробное сбраживание (*флотопена*).

Несмотря на то, что в России стоимость переработки отходов превышает стоимость их отправки на захоронение, компания получает положительный экономический эффект от деятельности по обращению с отходами, т.к. преобладающая часть таких отходов направляется на переработку безвозмездно. Например, прибыль от реализации отходов в тульском и Санкт-Петербургском производственных кластерах Unilever в 2015 г. превысила расходы на утилизацию (такие статьи, как обезвреживание, транспортировка и организация системы раздельного сбора отходов).

Более того, сокращая количество промышленных отходов, компания повышает эффективность своей работы, а также достигает определённой экономии затрат, что благоприятно сказывается на увеличении её прибыли.

Распределение бюджета проекта «Ноль отходов» по производственным кластерам Unilever в России



Проекты по оптимизации упаковочных материалов

Только в 2014 г. компания снизила количество материалов для производства упаковки продуктов в России на 442 тонны, что равноценно весу 13 самолётов модели Boeing 737.

Например, бренды косметического подразделения Unilever в России «Калина» реализуют проекты по упразднению оборотной этикетки, уменьшению размера этикеток, переводу ряда средств из туб в футляры в тубы без футляров и отказу от использования фольги на флаконах.

А вес флакона новой серии шампуней Timotei стал на 15% ниже по сравнению с флаконами шампуней Timotei предыдущей линейки (при сохранении объёма самого продукта). Благодаря в частности и этой инновации продажи продукта превысили прогнозируемые объёмы на 200%.

Партнёрские проекты

Компания активно работает с партнёрами по различным направлениям в области исследований и образования, экологического просвещения, поддержки молодых профессионалов.

Исследования и образование

В мае 2015 г. в рамках соглашения о стратегическом партнёрстве, заключённого Unilever и Московской школой управления SKOLKOVO, на платформе Института исследований развивающихся рынков SKOLKOVO открылся первый и единственный пока в России Центр экспертизы в области устойчивого развития бизнеса (Skolkovo Sustainable Business Lab).

Программы, реализуемые на базе нового центра, позволят оценить состояние ведущих секторов российской экономики с позиций концепции устойчивого роста, подробнее познакомить с этой концепцией молодых предпринимателей и лидеров российского бизнеса и выработать рекомендации по ускорению перехода к «устойчивой модели ведения бизнеса», в том числе посредством инструментов «умного» регулирования.

В апреле 2016 г. в SKOLKOVO состоится первый образовательный модуль по теме управления вопросами устойчивого развития бизнеса, цель которого – сформировать у участников системное представление об инструментах, необходимых для управления стратегической устойчивостью бизнеса в условиях изменений. Программа создана для директоров по стратегии и развитию бизнеса, руководителей среднего бизнеса, предпринимателей, представителей некоммерческих организаций, специалистов, работающих в области устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности, управления рисками и в смежных с ними областях, представителей органов государственной власти, работающих в области поддержки развития бизнеса и предпринимательства.

Экологическое просвещение

В целях продвижения идеи борьбы с климатическими изменениями и повышения информированности российского общества Unilever начал сотрудничать с фондом развития и поддержки экологических проектов «Русский углерод». Одним из результатов этого сотрудничества стал запуск международного портала «Климат России», призванного освещать экологическую политику и развитие экологических инноваций в России. Unilever выступил одним из генеральных партнёров портала.

Портал, таким образом, призван играть ведущую роль в повышении уровня экологического образования российских граждан в вопросах климата и устойчивого экономического развития. Именно поэтому факультет прикладной экономики и коммерции МГИМО выступает научным партнёром сервиса.

Поддержка молодых профессионалов

Уже пятый год подряд Unilever является одним из ключевых партнёров Молодёжной кадровой платформы «Устойчивое будущее России» и Всероссийского конкурса «Молодые профессионалы устойчивого будущего России». Молодёжная кадровая платформа объединяет молодых лидеров России, создаёт условия для их самореализации и формирует стратегический кадровый резерв в интересах устойчивого развития страны. Ежегодно в работе платформы принимают участие тысячи студентов и выпускников вузов со всей России. Отборочные и образовательные мероприятия позволяют определить победителей среди участников, получивших наивысшую экспертную оценку своих компетенций, проектных и научно-исследовательских работ. В 2016 г. Unilever предлагает участникам конкурса поразмышлять над темой «Законодательное регулирование как фактор построения устойчивого бизнеса в России».

Общественное признание

Достижения Unilever в области реализации целей по устойчивому развитию получили признание на уровне таких организаций, как Ассоциация менеджеров, ГУП «Водоканал» Санкт-Петербурга, Московская школа управления SKOLKOVO, Всемирная организация развития (World Organization for Development). Среди наград 2014–2015 гг.:

2014 г. – премия «Хрустальная капля» в номинации «Чистые воды Балтики» от ГУП «Водоканал» Санкт-Петербурга за экологические достижения производственного кластера Unilever в Санкт-Петербурге.

2015 г. – премия Skolkovo Trend Award за инициативы, направленные на поддержку социально ответственного бизнеса;

– премия People Investor от Ассоциации менеджеров за победу в номинации «Экологическая эффективность»;

– премия «Инвестиционный ангел – 2015» от Всемирной организации развития за вклад в достижение целей устойчивого развития.

