

ЛИДЕРСТВО

В контексте курса
на устойчивое развитие в мире

Ирина БАХТИНА,
вице-президент
по устойчивому развитию
и корпоративным отношениям
Unilever в России, Украине,
Беларуси, Турции, Иране,
Израиле, Северной Африке
и на Ближнем Востоке



ON AIR

6-11
сент

2020

ФОРСАЖ



Unilever

75%

людей во всём мире
хотят, чтобы бренды
способствовали

• качеству их жизни,

• **благополучию**
общества и

• сохранению планеты

© FORBES

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

СКВОЗЬ ПРИЗМУ ОЖИДАНИЙ ОТ БРЕНДА И БИЗНЕСА

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ



КАЧЕСТВО
ЖИЗНИ
ЧЕЛОВЕКА

СОЦИАЛЬНЫЕ



БЛАГО-
ПОЛУЧИЕ
ОБЩЕСТВА

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ



ЗДОРОВЬЕ
ПЛАНЕТЫ

3 GOOD HEALTH
AND WELL-BEING



1 NO
POVERTY



4 QUALITY
EDUCATION



5 GENDER
EQUALITY



16 PEACE, JUSTICE
AND STRONG
INSTITUTIONS



9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE



7 AFFORDABLE AND
CLEAN ENERGY



13 CLIMATE
ACTION



14 LIFE
BELOW WATER



6 CLEAN WATER
AND SANITATION



2 ZERO
HUNGER



8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



10 REDUCED
INEQUALITIES



17 PARTNERSHIPS
FOR THE GOALS



11 SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



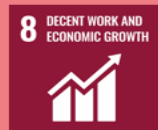
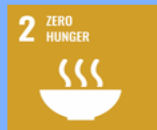
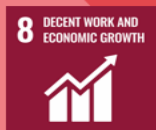
15 LIFE
ON LAND



УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ : ПРИОРИТЕТЫ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ
ЧЕЛОВЕКА



СОЦИАЛЬНЫЕ

БЛАГОПОЛУЧИЕ
ОБЩЕСТВА

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ

ЗДОРОВЬЕ
ПЛАНЕТЫ

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ :

ВАРИАНТ ОЦЕНКИ ПРИОРИТЕТОВ НА ПРИМЕРЕ ПОРТФЕЛЯ БРЕНДОВ

EVERY



Unilever

DOES
GOOD

ПРИОРИТЕТ 2019: СОКРАЩЕНИЕ ПЛАСТИКА



причинение добра

снижение вреда

первичная экспертиза сектора

вторичная экспертиза сектора



КОМПАНИЯ СО СМЫСЛОМ : ВСЁ МЕНЕЕ СУЩЕСТВЕННЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ СЛЕД



© 2010–2019 Unilever Group, собственные данные
о выбросах CO₂, потреблении воды, генерации
и рециклинге производственных отходов (Россия,
Украина, Беларусь)



БРЕНДЫ СО СМЫСЛОМ : ВСЁ БОЛЕЕ ПРОГРЕССИВНАЯ ПОЗИЦИЯ В ИНДУСТРИИ



БОРЬБА
С ТЕСТИРОВАНИЕМ
НА ЖИВОТНЫХ

ОНЛАЙН-МАГАЗИН КОСМЕТИКИ CULT BEAUTY ПОБОРЕТСЯ С ГРИНВОШИНГОМ С ПОМОЩЬЮ БЛОКЧЕЙНА
Компания проверит на честность косметические бренды

БРЕНДЫ БУДУТ САМОСТОЯТЕЛЬНО РЕГУЛИРОВАТЬ РАБОТУ «ЗЕЛЕНОГО» БИЗНЕСА В РОССИИ
На первом крупном этапе Dove зеленых брендов обсудили критерии оценки Life Cycle Assessment

ПО ЗАКОНАМ «ЗЕЛЕНОГО» ВРЕМЕНИ
Эксперт Роскосмоса о том, как новости порадовали на рынке экопродукции

МОЛОДО, ЗЕЛЕНО, ЭКОЛОГИЧНО
История развития «зеленых» брендов

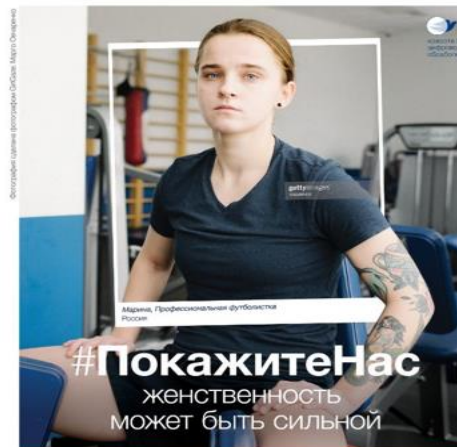
UNILEVER ВДВОЕ СОКРАЩАЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛАСТИКА
К 2025 году компания намерена перерабатывать больше пластиковой упаковки, чем использует

ЭКОДИЗАЙН ПРОТИВ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА
Директор по коммуникациям Tetra Pak — о перестройке и методах рационального сбора отходов в России

ПЯТЬ ВИДОВ УПАКОВОК, ЩАДЯЩИХ ЭКОЛОГИЮ

ЧТО СКРЫВАЕТСЯ ЗА МАРКИРОВКАМИ «ЭКО» И «ОРГАНИК»
Кто в России сертифицирует экологически чистую продукцию

ДВИЖЕНИЕ
"ЗЕЛЁНЫХ БРЕНДОВ"
ПРОТИВ "ГРИНВОШИНГА"



#ПокажитеНас
ЖЕНСТВЕННОСТЬ
МОЖЕТ БЫТЬ СИЛЬНОЙ

Покажите женщинам, что красота разнообразна и тогда их возможности не будут ограничены. 70% женщин считают, что не видят ничего общего с образами, с которыми они сталкиваются каждый день на страницах глянцевых журналов, в рекламных роликах, кино, сериалах и социальных сетях. Вот почему Dove вместе с Getty Images, Girlgaze и женщинами работают над проектом #ПокажитеНас. #ПокажитеНас – первая в мире обязательная коллекция фотографий, размещающая стереотипы красоты на всей планете. Более 5000 фотографий женщин, сделанных женщинами-фотографами, раскрывают многогранность реальной красоты, доступны для всех медиа и рекламодателей. Присоединяйся к нам Dove.com/ПокажитеНас



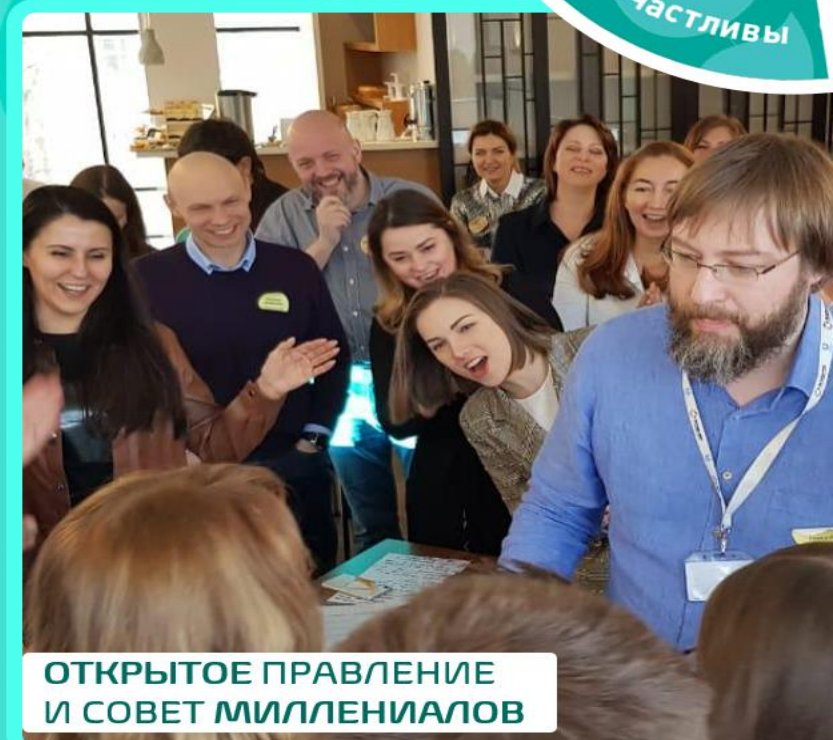
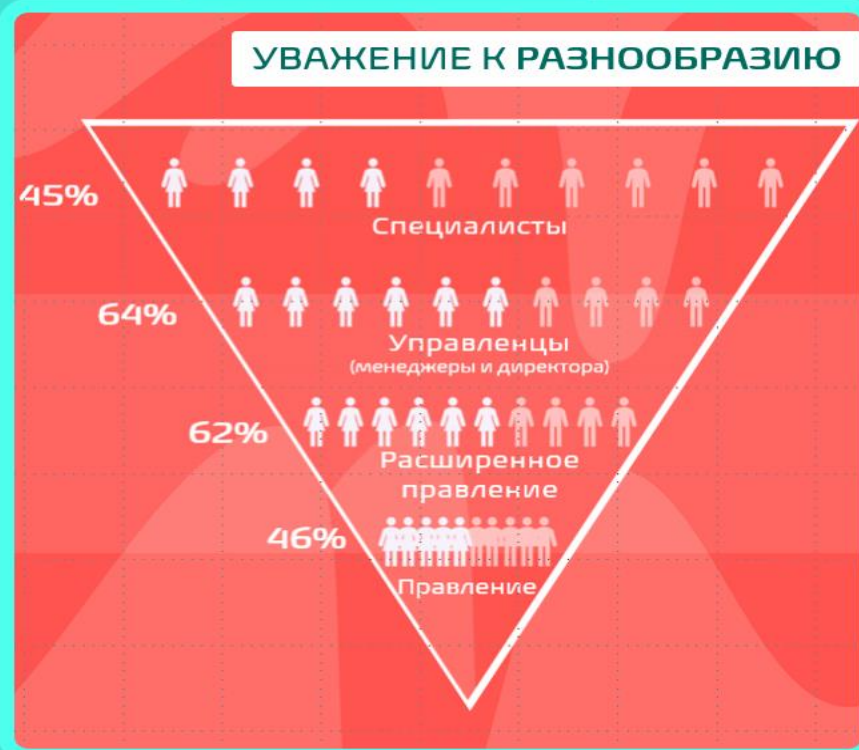
ПРИЗЫВ
К ИНКЛЮЗИИ И ЧЕСТНОСТИ
В РЕКЛАМЕ (ПРИ РЕТУШИРОВАНИИ)

ЛЮДИ СО СМЫСЛОМ:

89% СОТРУДНИКОВ СЧИТАЮТ UNILEVER В РОССИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ С ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДОЙ



ДОБРОВОЛЬЧЕСКИЙ АКТИВ



ОТКРЫТОЕ ПРАВЛЕНИЕ И СОВЕТ МИЛЛЕНИАЛОВ

© 2019 Unilever Group, собственные данные о гендерном разнообразии (Россия, Украина, Беларусь)

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ:

МЕНЯЮЩИЕСЯ ОЖИДАНИЯ ОТ БРЕНДА И БИЗНЕСА

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ



КАЧЕСТВО
ЖИЗНИ
ЧЕЛОВЕКА

ОТКРЫТОСТЬ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ,
ГОТОВНОСТЬ ДЕЛИТЬСЯ И СООБЩА
СОДЕЙСТВОВАТЬ ПОВЫШЕНИЮ
КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

СОЦИАЛЬНЫЕ



БЛАГО-
ПОЛУЧИЕ
ОБЩЕСТВА

УВАЖЕНИЕ К РАЗНООБРАЗИЮ,
ЗАПРОС НА ИНКЛЮЗИВНОСТЬ,
ЧЕСТНОСТЬ И СОЦИАЛЬНУЮ
СПРАВЕДЛИВОСТЬ

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ



ЗДОРОВЬЕ
ПЛАНЕТЫ

"КЛИМАТИЧЕСКАЯ ОСОЗНАННОСТЬ",
ОТКАЗ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ПЕРВИЧНЫХ И НЕВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ
РЕСУРСОВ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ
И ПОТРЕБЛЕНИИ