

UNILEVER SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAM PLANI

TÜRKİYE İLERLEME RAPORU 2017

UNILEVER SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAM PLANI:

Hisse Paylaşımı Anlayışından Değer Paylaşımı Anlayışına Geçiş

İçinde yaşadığımız yeni dünya düzeninde, gerek ekonomik gerek çevresel gerekse de sosyal anlamda aşılması gereken birçok sorunla karşılaşıyoruz. 9 milyar insana, gezegenin kaynaklarını tüketmeden iyi yaşam koşulları sağlama hedefimize ulaşmak istiyorsak, çevresel ve ekonomik açıdan dengeli büyüme modellerini benimsemeli ve vakit geçirmeden uygulamaya sokmalıyız!

CEO'muz Paul Polman'ın dediği gibi; "Açlık, iklim değişikliği, cinsiyet eşitliği veya eğitim erişimi gibi konularda pozitif etkide bulunamayan firmaların yakın gelecekte var olmak için bir sebepleri kalmayacak".

Peki, Unilever olarak bu konuda ne yapıyoruz? Öncelikle, gezegenimize ve insanlığın geleceğine olan bazı sorumlulukların birincil olarak göz önüne alınmasının önemli olduğuna inanıyoruz. Bu amaçla 2010 yılında, iş modelimizi ve büyüme hedeflerimizi sürdürülebilir bir çerçeve içinde yeniden tasarladık. Tüm dünyaya Unilever Sürdürülebilir Yaşam

Planımızı duyurduk ve 2020'ye kadar 3 ana hedefimizin altındaki alt hedeflerin 50'sinden fazlasını gerçekleştirmiş olacağımızın sözünü verdik.

Bu iş modeli sayesinde, pazarlama anlayışımızdan ürün yeniliklerine kadar bütün alanlarda değişiklik yapmanın farklı bakış açılarına olanak sağladığını gördük. Bu vizyon ile şirketimizin iş modeli ve çalışma şeklimiz köklü şekilde değişti. Odaklandığımız alan, paydaşlarımızla küresel meselelerde çözüm üzerine çalışmaktı. Unilever olarak bütün enerjimizi, uzun vadeli hedeflerimize ve yaşadığımız toplumlarda pozitif bir etki yaratmaya yoğunlaştırdık.

Ve işe yaradı! Gururla söyleyebilirim ki planımızı uygulamaya başlamamızın 7. yılında da, şirketimiz büyüme kaydetmeye devam ediyor. Hedeflerimizin %80'ine ulaşmayı başardık ve şimdi 2020'den sonra neye odaklanacağımıza dair düşünmeye başladık.

Markalarımızla Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin Başarısına Katkıda Bulunuyoruz

Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Unilever'in Sürdürülebilir Yaşam Planı hedeflerinin paralel ilerlediğini görmek bizim için mutluluk verici! Bu, bize planımızın kapsamı ve içeriği bakımından doğru yolda olduğumuzu gösteriyor.

Sürdürülebilirliğin Büyüme İçin Bir Engel Değil, Tam Tersine İtici Bir Güç Oldu

Unilever Sürdürülebilir Yaşam Planı, markalarımızın gelişimini destekleyerek, yeniliği teşvik ederek, tedarik zincirimizi

sağlamlaştırarak, maliyetleri ve riskleri azaltıp güven ilişkisi kurarak daha da rekabetçi olmamızı sağlıyor. Sürdürülebilirlik hem Unilever hem de toplum için değer yaratıyor.

Unilever olarak global ve de Türkiye merkezli hedeflerimizde kayda değer bir mesafe kaydettik. Edindiğimiz sonuçlara baktığımızda, sürdürülebilirliği operasyonun merkezine koyan markalarımızın daha da iyi performans sergilediğini görüyoruz. Sosyal bir amacı benimseyen markalar, toplumsal ihtiyaçlara daha duyarlı oldukları için daha hızlı büyüme ve daha yüksek kâr marjı elde ediyor. Sürdürülebilir Yaşamı Destekleyen Marka'larımızla %44 daha hızlı büyüme elde ederken toplam büyümemizin de %72'sini bu 18 markamız oluşturdu.

Kadınların Ve Gençlerin Güçlenmesi Odağımız

Unilever Türkiye olarak 3 büyük hedefimiz var; 2022 yılına kadar 1 Milyon Kadının ve 1 Milyon Gencin Güçlenmesini Desteklemek ve Sürdürülebilir Yaşamı Destekleyen Markalarımızla Büyümek.

Cinsiyet eşitliği sadece temel bir insani hak değil, aynı zamanda barışçıl, zengin ve sürdürülebilir bir dünyanın vazgeçilmezi. Kadınlara ve gençlere, eğitim, sağlık, iyi bir iş bulma, politik ve ekonomik karar alma süreçleri bakımından eşit haklar sağlamak sürdürülebilir ekonomileri besleyecek ve daha geniş açıdan toplumlara ve insanlığa fayda sağlayacaktır.

Unilever olarak, kadınların resmi ve aktif şekilde ekonomiye katkısını teşvik ederek hayatları, aileleri, toplumları ve ekonomileri dönüştürmeyi hedefliyoruz. Biliyoruz ki, ekonomik açıdan kadınları güçlendirmek, üzerlerinde bir dalga etkisi yaratmaktadır.

Sürdürülebilir Yaşamı Destekleyen Markaları

%44
DAHA HIZLI
BÜYÜDÜ



UNILEVER SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAM PLANI TÜRKİYE 2017



DOMESTOS İLE EĞLEN, ÖĞREN, HİJYEN



Domestos markamız, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) iş birliğiyle 2011 yılında başlattığı hijyen eğitimi projesi 'Eğlen, Öğren, Hijyen' ile Türkiye'nin ülkenin sosyo-ekonomik açıdan az gelişmiş bölgelerinde yaşayan çocuklarda hijyen konusunda farkındalık yaratmayı ve bu sayede sağlıklı nesillerin yetişmesine katkıda bulunmayı amaçlıyor.

Proje kapsamında toplamda sadece 2017 yılında 67.000 çocuğa hijyen eğitimi verdik. 2017 yılında İl Millî Eğitim Müdürlükleri'nin desteğiyle okul tuvaletlerine hijyen kazandırılması konusunda çalışmalarımızı sürdürdük. Türkiye'nin dört bir yanındaki ilkokul ve ortaokul olmak üzere toplamda 1,028 okula 21 ton Domestos bağışladık ve 158,967 çocuğa ulaştık.



DOVE ÖZGÜVEN PROJESİ

Dove markamız, 2015 yılından bu yana yürüttüğü Dove Özgüven Projesi, gençlerin daha özgüvenli ve kendileriyle barışık bireyler olmalarını sağlamayı hedefliyor. Proje kapsamında ilk olarak Sabancı Üniversitesi iş

birliğiyle 'Kendine Güven Eğitimleri' gerçekleştirilen proje kapsamında gençlerle eğitim ve çalıştaylar düzenlendi. Dünya genelindeki saygın uzmanlar, eğitimciler ve akademisyenler ile hazırlanan eğitim materyalleri, Dr. Özgür Bolat tarafından kültürel açıdan Türkiye'deki gençlere uygun hale getirildi. İl ve İlçe Eğitim Müdürlükleri'nin desteği ile proje, Dr. Özgür Bolat'ın liderliğinde 2016 yılında Türkiye'de büyük ivme kazandı. 2017 yılında Toplum Gönüllüleri Vakfı projenin stratejik çözüm ortağı oldu. Şu an Dr. Özgür Bolat ve Toplum Gönüllüleri Vakfı ile Dove Özgüven Projesi, Türkiye genelinde lise çağındaki gençler ile buluşuyor. 2017 yılı boyunca Türkiye genelinde 6 ilde 50 binin üzerinde gence ulaştığımız proje kapsamında hedefimiz, 2020 yılında 500 bin gencin hayatında dokunmak ve böylece özgüvenli bir neslin yetişmesine katkıda bulunmak.



KNORR SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM PROGRAMI

Knorr markamız ile 2012 yılında başlattığımız Sürdürülebilir Tarım Programı ile bugüne kadar birlikte çalıştığımız 4.000 çiftçinin geleceğe dost tarım uygulamalarını hayata geçirmesine sağladık. Böylelikle doğru sulama, gübreleme ve ilaçlama tekniklerinin kullanımını yaygınlaştırarak sürdürülebilir tarımı destekledik.

Sadece alım yaptığımız tarlaların çiftçileriyle yetinmedik. Kurduğumuz iş birlikleri sayesinde 9.000 çiftçiyi sürdürülebilir tarımı yaygınlaştırmak amacıyla bilgilendirdik.

2017 yılı itibarıyla Sürdürülebilir Tarım Programı kapsamında 650 çiftçi ile birlikte çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Tüm bu emeklerimizin sonunda ürünlerimizde yerel olarak kullandığımız 25 çeşit sebze ve baharatın yüzde 97'sini sürdürülebilir kaynaklardan elde etmeye başladık, tedarik ettiğimiz domateslerin %100'ünü, geleceğe dost tarım yapılan tarlalardan sağladık.



BEN ALGIDA

"Ben Algida" Projesi'ni Algida'nın 12 ülkede gerçekleştirdiği ve bugüne kadar 32.000 kişiye iş olanağı yaratan "I'm Wall's" Projesinin Türkiye ayağı olarak tasarladık.

Özellikle 'işsizlik' sorunu ile mücadele eden ülkeleri hedefleyen proje ile istihdam bakımından dezavantajlı grupların istihdama tam ve etkin katılımını ve bu yolla yalnızca ekonominin değil sosyal yaşamında da bir parçası haline gelmelerine katkıda bulunmalarını sağladık.

2017 yılında hayata geçirdiğimiz pilot projemiz ile Türkiye'de 40 gencin istihdama katılımını sağladık.

LİPTON SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇAY TARIMI

Lipton markamız ile Türk çayının geleceği için 2011 yılında hayata geçirilen Sürdürülebilir Tarım Projesi'yle 2018 yılına kadar kadar üçüncü taraflarla tedarik edilenler de dahil olmak üzere bütün çaylarımızın Yağmur Ormanları Birliği (Rainforest Alliance-RA) sertifikalı olmasını hedefliyoruz. 2017 yılında Türkiye'de;

- Doğrudan ve tedarikçilerimiz aracılığıyla verilen eğitimlerle toplamda 36.000 küçük ölçekli çiftçiye ulaştık.

- Ekonomik, çevresel ve sosyal çalışmalarımızla tüm fabrikalarımıza dünyanın önde gelen çevre kuruluşu Yağmur Ormanları Birliği'nin sertifikasını kazandırmayı başardık. Bu başarıyla Türkiye, Lipton çayın hem üretilip hem tüketildiği ilk ve tek Yağmur Ormanları Birliği (Rainforest Alliance-RA) sertifikalı ülke oldu.

- İlk olarak 2014 yılında hak kazandığımız RA sertifikasının 2016 yılı denetimlerini de başarıyla tamamladık ve 2016 yılı itibarıyla üçüncü parti tedarikçilerimizden temin ettiğimiz çayların yüzde %95'inin Yağmur

Ormanları Birliği (Rainforest Alliance-RA) sertifikalı olmasını sağladık.

- Çay Tarımı Projesi kapsamında 2018 yılına kadar üçüncü taraflarla tedarik edilenler de dahil olmak üzere bütün çaylarımızın Yağmur Ormanları Birliği (Rainforest Alliance-RA) sertifikalı olmasını hedefliyoruz.

- 2012 yılında, Rize'de kurduğumuz katı atık toplama tesisi sayesinde bugüne kadar 1680 ton atık topladık.

- 2011 yılında Ziraat Odaları'yla iş birliği ile kurduğumuz Rize'nin ilk Toprak Analiz Laboratuvarı sayesinde yaklaşık 330 alım evi çevresinden 3000'e yakın noktadan toprak numunesini analiz ettirdik. Farklı noktalardan alınan bu topraklarla bir toprak haritası çıkardık. Bu analizlerin sonucunda çiftçi için adeta bir gübreleme reçetesi çıkarıyoruz. Bu reçetelere uygun gübrelemeyle çay üreticileri bugüne kadar yaklaşık 2 milyon TL'ye yakın tasarruf etti.

- Bölgedeki atık suyun acilen temizlenmesi için Rize'de bölgenin ilk biyolojik arıtma tesisi olan Atık Su Arıtma Tesisi'ni kurduk.

- "Erken teşhis hayatı kurtarır!" prensibiyle Kanser Erken Teşhis Tarama ve Eğitim

Merkezi" (KETEM) ile birlikte hayata geçirdiğimiz KETEM Gezici Sağlık Aracı ile, bugüne kadar 11 ilçede, 300 köye ulaşarak yaklaşık 12 bin kadına ücretsiz sağlık taraması yaptık.

- Her yıl 18 binden fazla çiftçimizin doğru çay toplama yöntemleri konusunda birebir eğitimini sağladık.

- Bu eğitimlerde çayın hangi ergonomik pozisyonda kesilmesi, taşınması, sulanması, gübrenmesi gerektiğini anlatıp, uygulamalı olarak gösterdik. Endüstriyel Tasarımcı Can Yalman ile birlikte ortak bir çalışma yaparak çay çiftçisi için özel bir çay makası da tasarladık.





UNILEVER FOOD SOLUTIONS İLE “GIDA GÜVENLİĞİ” ARTIK “GÜVENİLİR ELLER’DE”

Unilever Food Solutions Markamız, Gıda Güvenliği Derneği iş birliği ile “Güvenilir Eller” Online Gıda Güvenliği eğitim programını başlattı. Şeflerin gıda güvenliği konusunda bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve sertifikalandırılması için oluşturulan Türkiye’nin bu alanda ki ilk ve tek online eğitim programına 2017 yılında 23.000 şef katıldı ve 15.000’den fazla şef, gıda güvenliği sertifikası sahibi oldu.



UNILEVER İLE GELECEK DAHA NET

Unilever Vakfı’nın desteğiyle Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yenilikçi Çözümler Derneği’ne ait GelecekDaha.Net girişimi ile 2014 yılından bu yana Türkiye’nin dört bir yanındaki lise ve üniversite öğrencilerine online olarak ulaşarak, profesyonel mesleki bilgi ve tecrübelerinin gelişimine katkıda bulunuyoruz. 139 Unilever çalışanının gönüllü olduğu platformda, 2017 yılında hayata geçirdiğimiz Yıldız Takımı projesi ile 15 Üst Düzey yöneticimiz genç kadınların meslek seçimlerini desteklemek amacıyla bir yıl boyunca mentorlük görüşmeleri gerçekleştirdi; 2017 yılı sonu itibarıyla son iki yılda toplam 5231 öğrenci Unilever gönüllülerinin desteği ve katılımı ile mesleki beceri kazandırma eğitimlerinden faydalandı.

BİRLİKTE GÜÇLÜYÜZ

Kadınlar iş hayatına aktif katıldıkça; ‘ülke kazanır, şirketler kazanır, toplum kazanır’. Türkiye’de kadınların istihdamda katılımının,

oldukça düşük seviyelerde seyretmesine karşın, şirketlere ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacağı gerçeğinden yola çıkarak bu tabloyu değiştirmenin ancak birlikte mümkün olduğuna karar verdik.

Buradan hareketle, Kadının Güçlenmesi Prensiplerinin’de (WEPs)* 5. maddesini rehber alarak ve prensipleri tüm ekosistemimize ve değer zincirimize yaygınlaştırmayı hedefleyen bir platform hayata geçirmeye karar verdik. Müşterilerimiz, tedarikçilerimiz, ajanslarımız, sivil toplum paydaşlarımız bir araya gelerek “Birlikte Güçlüyüz” platformunu kurduk..

Ekosistemimizi harekete geçirip, bütün paydaşları sosyal cinsiyet eşitliğine ulaşma hedefiyle ortak bir eylemde bir araya getirirken “değişim” ve “etkileme” felsefelerini temel aldık “

“Birlikte Güçlüyüz” platformu ile, kadınların istihdamda aktif rol almaları, teşvik edilmeleri ve firmalarımızdaki karar alma mekanizmalarının tam ve eşit bir parçası olmalarının sorumluluğunu üstleniyor ve ekosistemimizdeki diğer firmaları da kendi firmalarında bu gibi değişikliklere gitmeleri yönünde cesaretlendirip destekliyoruz.

ATIK VE AMBALAJLAMA

2017 yılı boyunca, geliştirilmiş ambalajlama çözümlerini uygulayarak, kullandığımız ambalaj miktarını %15 azalttık.



FABRİKALARIMIZDA ‘ÇÖPLÜĞE SIFIR’ ATIK

Türkiye’deki tüm fabrikalarımız 2013 yılından bu yana ‘çöplüğe sıfır atık’ statüsünde üretim yapıyor. 2015 itibarıyla fabrikaların yanı sıra depolar, dağıtım merkezleri ve ofisler de ‘çöplüğe sıfır atık’ statüsünü elde etti. Konya’da 2017 yılı içinde faaliyete geçen Ev ve Kişisel Bakım ürünleri fabrikamız da ‘çöplüğe sıfır atık’ statüsüne sahip olacak şekilde tasarlandı.

Ayrıca bu fabrikamız, Unilever ev ve kişisel bakım kategorisi üretim tesisleri 2008 yılı üretim parametrelerine göre %50 daha düşük karbon salımı, atık üretimi ve %50 daha düşük su kullanımı taahhüdü ile Greenbond prensiplerine göre faaliyet göstermekte olup ve Gold seviye LEED sertifikasına sahiptir.

SERA GAZLARI

Fabrikalarımıza, World Class Manufacturing (WCM) standardı ile daha az atık üreten ve daha az kaynak kullanan, daha verimli uygulamalar adapte ettik. Bu sayede 2017 yılında Türkiye’de üretimden kaynaklı enerji tüketimini %7.6 azaltarak, üretim için toplamda %6 daha düşük enerji tükettik. Nakliyeden kaynaklanan CO2 salımını %11 azalttık. Üretimden kaynaklı CO2 salımını 14.736 ton azalttık.

Piyasaya sunduğumuz ürün ambalajlarının toplanması ve geri dönüşümü ile sera gazı salınımının azaltılmasına olan katkılarını hesaplamak üzere PRO Europe tarafından geliştirilen “CO2 Raporlama Aracı” na göre, ÇEVKO aracılığı ile piyasadan toplanan ambalaj atıklarının geri dönüşümü ile son 3 yılda yaklaşık 40.000 ton karbondioksit eşdeğeri sera gazı tasarrufu sağladık.



REFERANS:

Unilever Sürdürülebilir Yaşam Planı 7. Yıl ilerleme Raporu :

<https://www.unilever.com/sustainable-living/>

UNILEVER SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAM PLANI: 2017 GLOBAL İLERLEME RAPORU

Unilever Sürdürülebilir Yaşam Planı ile bir taraftan olumlu pozitif etkimizi artırırken diğer yandan büyüme sürecimizi çevresel ayak izimizden ayırmayı amaçlıyoruz.

Planımız, değer zincirimiz boyunca toplumsal, çevresel ve ekonomik performansımızı genişletmeyi hedefleyen dokuz taahhüt tarafından desteklenen ve ulaşılabilecek üç büyük hedefe sahiptir. En büyük değişimi yarabileceğimiz alanlara odaklanmak için paydaşlarla birlikte çalışmaya devam edeceğiz.

Sürdürülebilir Yaşam Raporu 2017'deki ilerlememize ilişkin daha detaylı bilgi www.unilever.com/sustainable-living adresinde bulunabilir.

1 MİLYARDAN FAZLA İNSANIN SAĞLIK VE ESENLİĞİNİ GELİŞTİRMEK

Aşağıdaki Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkıda bulunuyoruz:



2020'ye kadar, bir milyardan fazla insanın sağlık ve esenliklerini artırmak için harekete geçmesine yardımcı olacağız.

Bu zamana kadar 601 milyon insanın sağlık ve esenliklerini artırmaları için harekete geçmelerine yardımcı olduk.

SAĞLIK VE HİJYEN

2020'ye kadar, 1 milyardan fazla insanın sağlık ve hijyenini iyileştirmesine yardımcı olacağız. Bu da ishal gibi yaşamı tehdit eden hastalıkların görülmesini azaltacaktır. 2016'da

601 MİLYON kişiye ulaştık.



- El yıkama ile ishal ve solunum yolu hastalıklarının azaltmak
- Güvenli içme suyu sağlamak
- Temizlik hizmetlerine erişimi sağlamak
- Ağız sağlığını geliştirmek
- Cilt iyileşmesinin geliştirilmesine yardımcı olma
- Özgüveni geliştirmek

BESLENME

Ürünlerimizin lezzetini ve besleyici değerlerini artırmak için sürekli olarak çalışacağız. Ürünlerimizin çoğu, ulusal beslenme tavsiyelerine dayalı ölçüleri ya karşılıyor ya da bu ölçülerden daha iyi durumda. Taahhüdümüz bununla da kalmıyor: 2020'ye kadar, uluslararası beslenme rehberlerine dayalı, en yüksek besinsel standartları karşılayan portföy oranımızı iki katına çıkaracağız.. Böylece, yüz milyonlarca insanın daha sağlıklı beslenmesine yardımcı olacağız..

2017'de portföyümüzün hacimsel olarak %39'u't, en yüksek beslenme standartlarını karşıladı.



- Tuz seviyesini düşürmek
- Doymuş yağ: 92 Doymuş yağları azaltmak
- 92 Temel yağ asitlerini artırmak
- 92 Daha fazla sayıda üründe doymuş yağ miktarını azaltmak
- ✓ Trans yağı çıkarmak
- ✓ Şeker azaltmak
- Kalorileri azaltmak: 92 Çocuk dondurmalarında 92 Daha fazla dondurma ürününde
- 92 Sağlıklı beslenmeye yönelik bilgiler sağlamak

SERA GAZLARI

Ürünlerimizin yaşam döngüsü: 2030'a kadar ürünlerimizin tüketici kullanımından kaynaklı sera gazı etkisini yarıya indirmek.

2010'dan* bu yana tüketici başına düşen sera gazı etkisi %9'dan't fazla arttı.

Üretim sürecimiz: Fabrikalarımızın kullandığı enerjiden kaynaklanan CO2 emisyonları, çok daha yüksek hacimlere rağmen 2020 yılına kadar 2008 düzeylerine veya daha düşük seviyelere inecek.

2008'den bu yana üretim tonu başına enerji tüketiminden kaynaklı CO2 salımında



- Üretim sürecindeki su kullanımını azaltmak: 92 Yeni fabrikalar
- Çamaşır yıkama sürecindeki su kullanımını azaltmak: 92 Daha az su gerektiren ürünler
- 92 Tarımdaki su kullanımı azaltmak

Üretimde karbon pozitif olmak:

- Sadece yenilenebilir enerji kullanmak
- Yenilenebilir elektrik kaynaklarını kullanmak
- Enerji karışımından kömürü çıkarmak
- Fazla enerjiyi toplumun kullanımına sunmak
- Yeni fabrikalar
- Çamaşır yıkamadan kaynaklanan sera gazı salınımını azaltmak: 92 Yeniden düzenleme
- 92 Nakliyeden kaynaklanan sera gazını azaltmak
- 92 Soğutmadan kaynaklanan sera gazını azaltmak
- 92 Ofislerimizdeki enerji tüketimini azaltmak
- 92 Çalışanların seyahatlerini azaltmak

ÇEVRESEL ETKİYİ YARI YARIYA DÜŞÜRMEK

Aşağıdaki Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkıda bulunuyoruz:



Amacımız, 2030 yılına kadar, işletmemizi büyütürken ürün yapım ve kullanımının çevresel ayak izimizi yarı yarıya azaltmak.*

2010'dan bu yana, tüketici kullanımı başına sera gazı etkimiz arttı, su ve atık etkimiz ise azaldı.

ATIK

Ürünlerimizin: 2020 itibarıyla ürünlerimizin imhasından kaynaklanan atık miktarını yarı yarıya azaltmak.

2010 yılından bu yana tüketici kullanımı başına düşen su etkimiz yaklaşık %2'te oranında azaldı.*

Üretim sürecimiz: 2020 yılına kadar, global fabrika ağıımızdaki su tüketimi, üretim hacminin önemli ölçüde artmasına karşın 2008'deki seviyesinde veya daha düşük olacak.

2008 yılından bu yana bir ton üretim başına tüketilen su miktarında



Üretim sürecindeki su kullanımını azaltmak:

- ✓ Katı atık alanlarına sıfır tehlikesiz atık
- 92 Yeni fabrikalar
- 92 Tekrar kullanılabilir, geri dönüştürülebilir veya kompostlanabilir plastik ambalaj
- 92 Ambalajlamayı azaltmak

Ambalaj geri dönüşümü:

- 92 Geri dönüşüm ve geri kazanım oranlarını artırmak
- 92 Geri dönüştürülen içeriği artırmak
- 92 Küçük poşet atıklarıyla mücadele
- 92 PVC'yi ortadan kaldırmak

Ofis atıklarını azaltmak:

- 92 Geri dönüşüm, yeniden kullanım, geri kazanım
- 92 Kağıt tüketimini azaltmak
- 92 Üretim sürecinden kağıdı çıkarmak

GEÇİM KAYNAKLARINI İYİLEŞTİRMEK

2020 yılına kadar, bir yandan işimizi büyütürken diğer yandan milyonlarca kişinin geçim koşullarını iyileştireceğiz.

Geçim Kaynaklarını iyileştirme taahhütlerimizde büyük yol kat ettik.



İŞ YERİNDE ADALET

2020 yılı itibarıyla operasyonlarımızda ve tüm tedarik zincirimizde insan haklarını daha fazla destekleyeceğiz.

Malzemelerimizin %55'ini Sorumlu Tedarik Politikamızın zorunlu koşullarına uyan tedarikçilerden aldık

İnsan Hakları Raporumuzun dikkat çeken 8 meselesine odaklanarak, insan haklarını uygulamaya devam ettik

Toplam Kaydedilebilir Güvenli Çalışma Rekorumuz bir milyon saat başına 0,89'e yükseldi



- 92 Sürdürülebilir palm yağı
- 92 Kağıt ve karton
- 92 Soya fasulyesi ve soya yağı
- 92 Çay †
- 92 Meyve
- 92 Sebzeler
- 92 Kakao
- 92 Şeker
- 92 Ayçiçek yağı
- 92 Kanola yağı
- 92 Süt ürünleri
- 92 Ben & Jerry's adil ticareti
- 92 Serbest besi yumurtası
- 92 Ofis malzemelerinin sürdürülebilir tedarikini artırmak
- 92 BM Ticaret ve İnsan Hakları Kılavuz İlkelerini uygulamak †
- 92 Tedarik harcamalarımızın %100'ünü Sorumlu Kaynak Kullanımı İlkesinde belirtildiği şekilde kullanmak †
- 92 Adil maaş sistemi için bir çerçeve oluşturmak †
- 92 Personelin sağlık, beslenme ve esenliğini iyileştirmek
- 92 İş yeri yaralanma ve kazalarını azaltmak †

KADINLAR İÇİN FIRSATLAR

2020'ye kadar 5 milyon kadını güçlendireceğiz.

1.259,000+ kadının, becerilerini geliştirmesi için çeşitli girişimlere erişmesini sağladık*



- 92 Yönetime odaklanarak cinsiyet açısından dengeli bir organizasyon inşa etmek †
- 92 Faaliyet gösterdiğimiz toplumlarda kadın güvenliğini desteklemek †
- 92 Eğitim ve becerilere erişimi artırmak †
- 92 Değer zincirimiz boyunca sunduğumuz fırsatları genişletmek †

ANAHTAR

- 92 Başarılı
- 92 Plana göre ilerliyor
- 92 Hedef tarihi için planlanmayan
- 92 Hedeflenen tarihe kadar %... başarılı

KATILIMCI İŞ MODELLERİ

2020'ye kadar 5,5 milyon kişinin yaşamaları üzerinde pozitif bir etki yaratacağız

716,000 küçük ölçekli çiftçi ve 1.6 MİLYON küçük ölçekli perakendeciye

tarımsal uygulamaları veya gelirleri artırmaya yönelik girişimlere erişme olanağı sağladık



- 92 Küçük ölçekli çiftçilerin geçim koşullarını iyileştirmek †
- 92 Küçük ölçekli perakendecilerin gelir kaynaklarını geliştirmek
- 92 Genç girişimcilerin değer zincirimize katılımını artırmak

* Çevresel hedeflerimiz, 'tüketici kullanımı başına' göre ifade edilmiştir. Bu, bir ürünün tek kullanımlık miktarı, bir porsiyonunu veya servisi anlamına geliyor.

+ Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını temsil eden ve su kıtlığı yaşanan yedi ülkede 2017 yılında yaklaşık 370.000 kadın, hem Kadınlar İçin Fırsatlar hem de Katılımcı İş Modellerindeki girişimlere erişim sağladı.

† PricewaterhouseCoopers (PwC) garantili. Detaylı bilgiye ve hazırlığın temeline ulaşmak için www.unilever.com adresini ziyaret ediniz.

