

[Akceptuję](#)

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczone w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. Więcej szczegółów w naszej [Polityce Prywatności](#)

[Portal](#) [Informacje](#) [Katalog firm](#) [Praca](#) [Szkolenia](#) [Wydarzenia](#) [Porównania międzylaboratoryjne](#)
[Kontakt](#)



[Laboratoria](#)
[.net](#)
[Innowacje](#)
[Nauka](#)
[Technologie](#)

[Logowanie](#) [Rejestracja](#) [pl](#)

Newsletter

zapisz się



- [Nowe technologie](#)
- [Felieton](#)
- [Tygodnik "Nature"](#)
- [Edukacja](#)
- [Artykuły](#)
- [Przemysł](#)

[Strona główna](#) > [Przemysł](#)

Unilever wprowadził rozwiązania przyjazne środowisku



Zrównoważony rozwój to dla firm nie tylko sposób na osiągnięcie korzyści wizerunkowych, lecz także wymiernych korzyści finansowych. Unilever dzięki ekorozwiązaniom stosowanym w produkcji od 2008 roku ograniczył koszty o 400 mln euro w skali globalnej. Marki koncernu, które realizują cele społeczne, rosną dwukrotnie szybciej niż pozostałe.

Unilever od czterech lat realizuje globalny plan „Życie w sposób zrównoważony”, który zakłada dwukrotny wzrost biznesu, przy jednoczesnym zmniejszeniu negatywnego wpływu firmy na środowisko i zwiększeniu pozytywnego wpływu społecznego. W Polsce koncern zdołał podnieść efektywność ekologiczną we wszystkich czterech zakładach produkcyjnych przy jednoczesnej redukcji emisji dwutlenku węgla na tonę produkcji o 14 proc. w porównaniu z 2013 rokiem i o 72 proc. od 2008 roku.

- Jako globalna firma staramy się działać odpowiedzialnie, by zmniejszyć wpływ naszej działalności na środowisko – mówi agencji informacyjnej Newseria Biznes Harm Goossens, prezes zarządu Unilever w Europie Środkowo-Wschodniej. - Po drugie, rozwijamy się szybciej dzięki zrównoważonemu podejściu, a nasze koszty spadają. Myślę więc, że taka działalność jest dobra dla środowiska, a przy tym korzystna dla naszego rozwoju i naszych pracowników

Dzięki podejmowanym inicjatywom koncern zwiększył efektywność swojego transportu. Przykładowo, w efekcie projektu przeprowadzonego w dziale sprzedaży średnio o 12 proc. zmniejszył się dystans przemierzany przez agentów handlowych firmy na polskich drogach. Jednocześnie o 60 proc. wzrosła liczba odwiedzanych klientów.

- Promujemy zrównoważony rozwój w markach Dove, Flora czy Domestos i widzimy ich szybki wzrost – deklaruje Harm Goossens.

To przykłady marek, które realizują określone cele społeczne. Program „Proaktywnie dla serca” Flory pro.activ pomaga Polakom w walce z wysokim poziomem cholesterolu. Z bezpłatnych badań skorzystało prawie 45 tys. osób, a ponad 850 tys. sięgnęło po pakiet startowy, chcąc pozyskać więcej informacji na temat profilaktyki chorób serca. Z kolei projekt edukacyjny „Wzorowa łazienka” marki Domestos miał zachęcić najmłodszych do dbania o higienę i czystość w szkolnych toaletach. W skali światowej marki rozwijane zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju odnotowują dwukrotnie wyższe wzrosty.

Unilever prowadzi też program Lamplighter skierowany do pracowników we wszystkich oddziałach koncernu. Mogą oni skorzystać z badań lekarskich, porad lekarzy, fizjoterapeutów, dietetyków oraz warsztatów zdrowotnych.

Odpowiedzialny biznes daje szereg korzyści. Najbardziej znane są te wizerunkowe, ale nie są one jedyne.

- Poczyniliśmy duże postępy pod względem zarówno wzrostu, jak i kosztów. Od 2008 roku, dzięki skoncentrowaniu się na zrównoważonym rozwoju, zaoszczędziliśmy 400 milionów euro w naszych zakładach produkcyjnych na całym świecie - mówi Goossens.

- W ten sposób biznes prowadzi coraz więcej firm. Okazuje się, że jest to także zyskowne. To pewna filozofia zarządzania, którą największe światowe firmy umieszczają w swoich strategiach i starają się w jak najlepszy sposób przestrzegać i wykonywać. Dla firmy to często oszczędność, lepsze wykorzystanie zasobów, ale przede wszystkim pobudzenie innowacyjności, czyli tego, co najbardziej się liczy, żeby istnieć na rynku i być coraz bardziej konkurencyjnym. Innowacyjność bardzo często wypływa właśnie z takiego myślenia o tym, w jaki sposób rozwiązać największe problemy, przed którymi stoimy jako społeczeństwa - mówi Mirella Panek-Owsiańska, prezes zarządu Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Idea zrównoważonego rozwoju jest coraz ważniejsza dla konsumentów na całym świecie. Wielu z nich zwraca uwagę na to, w jaki sposób był wyprodukowany towar. Zanim dokonają zakupu, upewniają się, czy jest on przyjazny dla środowiska oraz czy przy jego produkcji nie były łamane prawa człowieka.

- Prowadzenie biznesu w sposób zrównoważony oznacza, że firma bierze odpowiedzialność za swój wpływ na ludzi i środowisko naturalne. Unilever ma bardzo ambitny globalny plan, w jaki sposób zwiększyć swoją firmę dwukrotnie i jej pozytywny wpływ społeczny, a jednocześnie zniwelować negatywny wpływ na środowisko. Plan jest rozpisany, ma swoje mierniki, swoje określone cele i jest planem bardzo ambitnym - dodaje Panek-Owsiańska.

Źródło: www.newseria.pl

<http://laboratoria.net/przemysl/23741.html>

Informacje dnia: [Zdrowych i Pogodnych Świąt Bożego Narodzenia Zapraszamy na wyjątkową edycję Targów PCI Days 2025! Zawał już dawno przestał być chorobą mężczyzn Świąteczna apteczka Radioaktywny pluton się nie ukryje Złoty Medal Chemii przyznany po raz 14 Zdrowych i Pogodnych Świąt Bożego Narodzenia Zapraszamy na wyjątkową edycję Targów PCI Days 2025! Zawał już dawno przestał być chorobą mężczyzn Świąteczna apteczka Radioaktywny pluton się nie ukryje Złoty Medal Chemii przyznany po raz 14 Zdrowych i Pogodnych Świąt Bożego Narodzenia Zapraszamy na wyjątkową edycję Targów PCI Days 2025! Zawał już dawno przestał być chorobą mężczyzn Świąteczna apteczka Radioaktywny pluton się nie ukryje Złoty Medal Chemii przyznany po raz 14](#)

Partnerzy