

Az Unileverről

Termékeinket naponta

2 milliárd

fogyasztó használja



400
márka

190
országban



Világszerte minden 4. teafiltert az Unilever gyártja

3,5 milliárd AXE
dezodor és



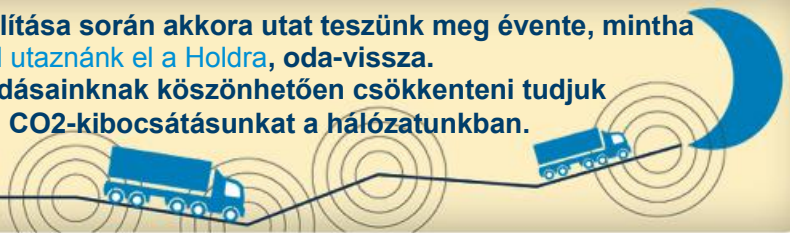
16 milliárd
leveskocka évente



13 MÁRKA éves forgalma meghaladta az

1
milliárd
eurót

Termékeink szállítása során akkora utat teszünk meg évente, mintha 2 000 alkalommal utaznánk el a Holdra, oda-vissza. Innovatív megoldásainknak köszönhetően csökkenteni tudjuk költségeinket és CO₂-kibocsátásunkat a hálózatunkban.



Innováció

6.000 emberünk dolgozik a kutatás és fejlesztés területén világszerte.



Több mint

200 szabadalmat védettünk le 2014-ben, így összesen

20.000 szabadalom és szabadalmi bejelentés kapcsolódik hozzánk világszerte.

MuCell®
technológiának

köszönhetően apró buborékokkal töltjük fel csomagolóanyagainkat

Szabadalmi jogunkról lemondunk annak érdekében, hogy iparági szinten elterjedhessen ez a megoldás.

15%-kal kevesebb műanyagot használunk

50 millió eurót spórolunk évente

Az egyszer használatos zacskókból keletkező hulladékot Afrikában iskolapadok és székek készítésénél használjuk fel.



50%

Tíz éven belül, a világ népességének fele vízhiánnyal küzdő országban fog élni.



Ezért úgy fejlesztjük termékeinket, például a Comfort One Rinse öblítőt, hogy 1/3-ad részben csökkenjen a fogyasztói vízfelhasználás.

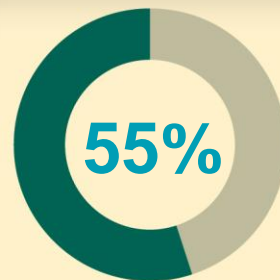
1/3



Egy vállalat és egy magasztosabb cél

Vízióink: Környezetterhelésünket a felére csökkentjük, és egyúttal növeljük pozitív társadalmi hozzájárulásunkat.

Újjonnan kifejlesztett dezodorjaink által **77 tonna** alumíniumot spóroltunk meg – ez a mennyiség elegendő lenne **38 000 kerékpár** gyártásához



Mezőgazdasági alapanyagaink **55%-a** fenntartható forrásból származik.

0% Gyárainkban világszerte megszűnt a hulladéklerakás.

A vállalat európai élelmiszer-portfóliójában felhasznált palmaolaj

100%-a

fenntartható és visszakövethető forrásból származik.

Társadalmi célú programjainkon keresztül

300 millió embert

értünk el. A programok során a kézmosásra, a tiszta ivóvízre, a szájhygiénára és a női önbecsülésre fókuszáltunk.



A LinkedIn szerint **2014-ben a három legkeresettebb munkaadó között voltunk.**

Elértük, hogy gyárainkban

1 millió tonnával kevesebb

széndioxid keletkezik.

A felhasznált nyersanyagok mennyiségének csökkentésével és az öko-hatékonysági méréseknek köszönhetően több mint **400 millió euróval** csökkentettük kiadásainkat.

Felismertük, hogy a fogyasztóinknak fontos szempont a fenntarthatóság. Ezt a szemléletmódot követő márkáink

10%-kal jobban



teljesítenek az átlagnál. Ilyenek például a Dove és a Domestos, melyek forgalma a kétszeresére nőtt világszerte.

(Forrás: Nielsen)



Az Oxfam Behind the Brands kampányának 2015-ös besorolása szerint a **legfenntarthatóbb** élelmiszeripari vállalat vagyunk.

Az Unilever dolgozóinak több mint **75%-a** véli úgy, hogy a vállalatnál betöltött szerepük lehetővé teszi számukra, hogy hozzájáruljanak a vállalat fenntarthatósági céljaihoz.

100%

A gyerekeknek szánt jégkrémjeink mindegyike kevesebb, mint



energiát tartalmaz.

