



COMO A SUSTENTABILIDADE TRANSFORMOU A ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO DA UNILEVER

Em um mundo volátil, que enfrenta mudanças ambientais e aumento populacional, a Unilever tem um propósito simples: tornar a sustentabilidade parte do dia a dia de todos.

A empresa desenvolveu, em 2010, o **Plano de Sustentabilidade da Unilever (USLP)**, que tem como objetivo gerar crescimento para o negócio reduzindo o impacto ambiental enquanto aumenta o impacto social positivo.

Ser sustentável não é uma opção, é a única forma de fazer negócio.

Para guiar essa estratégia de negócios, o USLP estabelece três grandes objetivos globais:

Melhorar as condições de vida de **milhões** até 2020



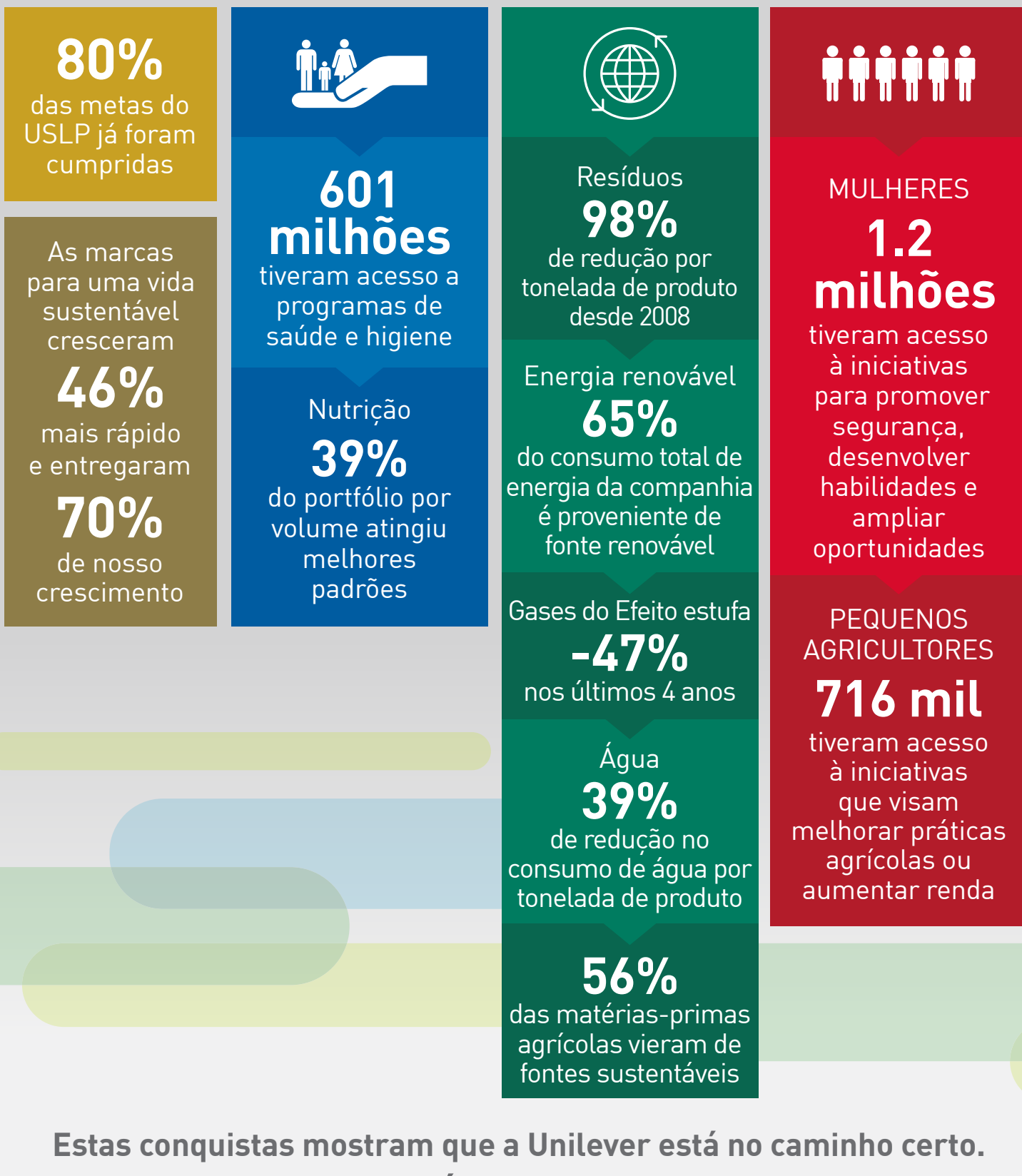
Melhorar a saúde e o bem-estar de mais de **1 bilhão** de pessoas até 2020



Reduzir o impacto ambiental à **1/2** até 2030



DESDE O LANÇAMENTO DO USLP, A COMPANHIA TEM CELEBRADO GRANDES PROGRESSOS:



Estas conquistas mostram que a Unilever está no caminho certo. **MAS AINDA HÁ MUITO O QUE FAZER**

A Unilever acredita que o crescimento do negócio deve acontecer de forma sustentável e, nesse sentido, a gestão de resíduos é uma frente prioritária para a companhia.

O descarte incorreto de resíduos é o principal entrave para construção de uma economia circular e, com o crescimento da população e do consumo, a destinação correta dos resíduos torna-se urgente.

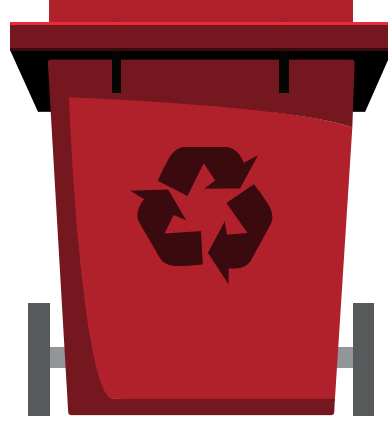
A questão torna-se ainda mais latente diante dos dados:

O índice de reciclagem das embalagens plásticas pós consumo está em torno de

26%*

no Brasil. No mundo, estima-se que esse índice seja de

14%**



Somente **1.055 cidades** brasileiras realizam alguma forma de

coleta seletiva, o que representa apenas

18%***

do total de municípios do país

Fonte: *Abiplast

Fonte: **Ellen MacArthur Foundation

***Estudo Ciclosoft 2016 (Cempre)

A UNILEVER BRASIL VEM IMPLEMENTANDO INICIATIVAS PARA:

1 SOLUCIONAR A QUESTÃO DAS EMBALAGENS PLÁSTICAS

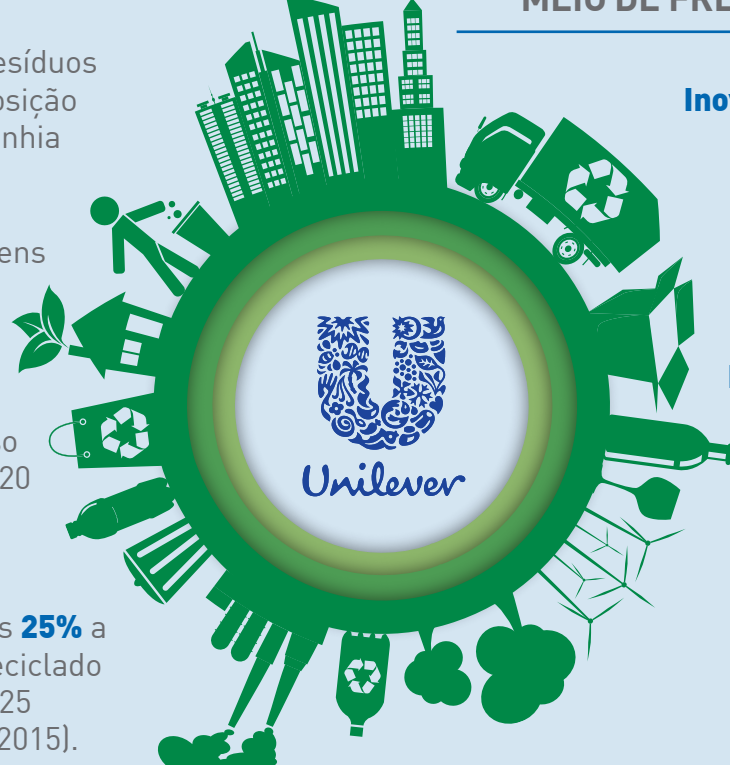
2 AUXILIAR NA CONSTRUÇÃO DE UMA ECONOMIA CIRCULAR POR MEIO DE FRENTE ESTRATÉGICAS

Reduzir à metade os resíduos associados com a disposição dos produtos da companhia até 2020;

Ter **100%** das embalagens de plástico recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis até 2025;

Reduzir **um terço** o peso das embalagens até 2020 (tendo como ano-base 2010);

Aumentar em ao menos **25%** a utilização de plástico reciclado nas embalagens até 2025 (tendo como ano-base 2015).



Inovação - em embalagens e tecnologias em produtos

Iniciativas fábricas - reaproveitamento e destinação correta

Parcerias institucionais - com ONGs, governos e iniciativa privada

Consumidor - programas de conscientização

DESTAQUES



Embalagem de **OMO Multição Líquido** feita em parte com **plástico reciclado**. Com isso, a marca passa a contribuir para a redução da demanda por plástico virgem, deixando de usar mais de 500/tons desse material por ano, além de aumentar a demanda por plástico reciclado, fomentando a cadeia

Lançamento do OMO refil para Diluir. Devido ao fato de ser seis vezes concentrado, o produto utiliza 75% menos plástico em sua embalagem. Para utilizá-lo, basta o consumidor diluir o produto com a quantidade informada de água e utilizar, simples e prático



EMBALAGEM COM 1/3 DE PLÁSTICO RECICLADO

Lançamento da primeira variante da marca a fechar o ciclo da **economia circular**: Shampoo Seda Pretos Luminosos

Frascos do Shampoo Seda Pretos Luminosos feito com até **1/3 de plástico reciclado** pós-consumo, além de serem 100% recicláveis

Com a iniciativa, a cada 10 toneladas de plástico usadas para produzir os frascos de shampoo da marca, pelo menos três toneladas serão de plástico reaproveitado



REDUÇÃO DE 20% DE PLÁSTICO NAS EMBALAGENS

Relançamento de **todo o portfólio** com novas embalagens com **redução de 20% de plástico** com relação as embalagens atuais

Com esta mudança, a nova embalagem de TRESemmé passa a ser uma das garrafas mais leves do mercado

Em ordem de grandeza, a marca **deixará de utilizar 382 toneladas de plástico**. O volume de plástico economizado equivale a 2,4 piscinas olímpicas cheia de frascos

Essa redução também representa menos 281 caminhões rodando nas cidades e, conseqüentemente, emitindo menos CO₂.



Lançamento dos novos super condicionadores em tubos feitos com **100% de plástico verde**, proveniente da cana-de-açúcar, contribuindo assim para a redução dos gases GHG.



O Plano de Sustentabilidade da Unilever cria valor ao estimular o crescimento e a confiança, eliminando custos e reduzindo riscos.