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

Unilever zwiększa efektywność ekologiczną

Polska część koncernu Unilever sukcesywnie

zwiększa efektywność ekologiczną swojego działania. Koncern w ten sposób realizuje założenia globalnego planu „Życie w sp

Unilever to lider krajowego przemysłu chemii gospodarczej. W Polsce posiada 22 marki związane z produkcją kosmetyczną, środków czystości oraz produktów żywnościowych. W 2012 r. przychody spółki na lokalnym rynku wyniosły ponad 3 mld zł. Udział eksportu w sprzedaży sięgnął natomiast ok. 20%.

Spółka poinformowała, że w swoich czterech fabrykach zwiększyła efektywność ekologiczną. W tym celu zmniejszyła emisję dwutlenku węgla na tonę produkcji o 11% w porównaniu z 2011 r. i o 62% w porównaniu do 2008 r. Osiągnęła też lepszą efektywność operacyjną w łańcuchu dostaw, która pozwoli m.in. zmniejszyć dystans przemierzany przez firmowe ciężarówki na polskich drogach o ok. 20 mln km do 2015 r.

W fabryce kosmetyków i środków czystości w Bydgoszczy Unilever zmodernizował w 2012 r. ogrzewanie mieszalników i system ogrzewania w magazynie surowców i opakowań. Dzięki temu obniżono emisję CO2 o kolejne kilkadziesiąt ton rocznie. Z kolei w zakładzie w Baninie uruchomiono biologiczno-chemiczną podczyszczalnię ścieków. Instalacja jest wyposażona w technologię tlenowego i beztlenowego podczyszczania ścieków przemysłowych. Biogaz generowany w procesie podczyszczania jest wykorzystywany na potrzeby podczyszczalni, a nadwyżki służą do wytwarzania energii dla całej fabryki.

Poprzez połączenie projektów ograniczenia i recyklingu odpadów spółka obniżyła całkowitą ilość odpadów na tonę produkcji o 31% w porównaniu do 2011 r. oraz o 88% w porównaniu do 2008 r. Idąc tym samym tropem Unilever odchudził także swoje opakowania. Wprowadził na polski rynek m.in. nową butelkę szamponu Timotei, która w całości podlega recyklingowi i zawiera o 6-7% mniej tworzywa niż poprzednie opakowania o pojemności 250 i 400 ml. Obniżono także o 15% w stosunku do wcześniejszej wersji ilość tworzywa zużywaną do produkcji nowych opakowań dla odżywek do włosów.

- Idea zrównoważonego rozwoju jest nie tylko integralną częścią naszej strategii biznesowej, ale przede wszystkim motorem innowacyjności oraz konkurencyjności. Wierzymy, że takie podejście w każdym aspekcie naszego funkcjonowania, począwszy od pozyskiwania surowców, poprzez organizację łańcucha dostaw, aż po edukację konsumentów w zakresie korzystania z naszych produktów, jest warunkiem niezbędnym do dalszego rozwoju firmy - mówi Harm Goossens, prezes Unilever w Europie Środkowo-Wschodni.

Źródło: www.chemiaibiznes.com.pl

http://laboratoria.net/przemysl/18804.html
Informacje dnia: Potrzebne regulacje dot. norm i zasad hałasu turbin wiatrowych Naukowcy zbadali, jakie obrazy zapadają częściej w pamięć Człowiek poprzez emisję gazów spowodował ocieplenie Sztuczna inteligencja diagnozuje spektrum autyzmu Autonomiczne hulajnogi elektryczne Wydano pierwszy atlas geologiczny Księżyca Potrzebne regulacje dot. norm i zasad hałasu turbin wiatrowych Naukowcy zbadali, jakie obrazy zapadają częściej w pamięć Człowiek poprzez emisję gazów spowodował ocieplenie Sztuczna inteligencja diagnozuje spektrum autyzmu Autonomiczne hulajnogi elektryczne Wydano pierwszy atlas geologiczny Księżyca Potrzebne regulacje dot. norm i zasad hałasu turbin wiatrowych Naukowcy zbadali, jakie obrazy zapadają częściej w pamięć Człowiek poprzez emisję gazów spowodował ocieplenie Sztuczna inteligencja diagnozuje spektrum

autyzmu Autonomiczne hulajnogi elektryczne Wydano pierwszy atlas geologiczny Księżyca

Partnerzy