**Компания Procter&Gamble сделает не меньше 2021 добрых дел в наступающем году**

**24 декабря 2020. Москва, Россия** – Компания Procter&Gamble объявила о запуске глобальной программы Lead with Love, призванной объединить усилия бизнеса, партнеров, сотрудников и покупателей для осуществления в новом году 2021 инициативы, каждая из которых будет нацелена на создание положительных перемен в жизни людей по всему миру. Под слоганом Lead with Love компания продолжит реализацию стратегических и проектных инициатив в направлениях корпоративной социальной ответственности, равенства, инклюзивности и ответственного потребления.

Значительная часть действий по-прежнему будет направлена на борьбу с пандемией COVID-19 и ее последствиями. Передача нуждающимся средств личной гигиены, чистящих и моющих средств, СИЗ и финансовой поддержки на десятки миллионов долларов станут первым этапом активностей компании в 2021 году в рамках программы Lead with Love.

*«P&G осознает свою ответственность перед обществом, поэтому мы и дальше намерены прикладывать все возможные силы, использовать все возможные ресурсы, чтобы быть движущей силой позитивных перемен,* — заявляет **Дэвид Тейлор**, председатель совета директоров, президент и главный исполнительный директор P&G. — *Вступая в новый 2021 год, P&G обязуется собственным примером вдохновлять окружающих через реализацию инициатив, которые оказывают долгосрочный позитивный эффект на заботу о людях и нашей планете по всему миру и общество в целом».*

Призыв компании P&G и глобальной программы Lead with Love нашел отражение в новом ролике, который рассказывает о восьми эмоциях, с которыми рождаются люди и почему самой сильной из них является любовь. Видео доступно по ссылке - <https://youtu.be/YK_jF6edakI?t=5>

Значительные ресурсы P&G в 2020 году были направлены на борьбу с пандемией COVID-19 и ее последствиями. В этот период компания сосредоточилась на трех направлениях деятельности: защите здоровья сотрудников, бесперебойном обеспечении потребителей по всему миру товарами повседневного спроса, а также поддержке тех, кто больше всего нуждается в помощи.

Европейское подразделение P&G направило помощь в виде средств личной гигиены, товаров для дома и финансовой поддержки некоммерческим организаций на сумму более $25 млн. Кроме того, компания наладила работу по изготовлению медицинских масок на собственных предприятиях в Северной Америке, Европе (включая Россию), Азиатско-Тихоокеанском регионе, на Ближнем Востоке и в Африке. Маски были переданы малоимущим семьям, больницам и другим организациям, находящимся на передовой борьбы с COVID-19, а также сотрудникам P&G по всему миру.

В России для поддержки мер по борьбе с COVID-19 был реализован комплекс мероприятий на уровне компании и отдельных брендов. С начала апреля 2020 года на борьбу с пандемией и ее последствиями P&G безвозмездно передала:

* 76 тонн собственной продукции – наиболее незащищенным слоям населения в различных регионах России в партнерстве с Фондом продовольствия «Русь». Более 21 тыс. пенсионеров и малообеспеченных семей получили продукцию 16 ведущих брендов компании;
* 1 млн. бритвенных станков Gillette – медицинским работникам в Москве, Санкт-Петербурге, Московской, Ленинградской, Кемеровской и Новосибирской областях;
* 15 тыс. гигиенических наборов – для пациентов и сотрудников 19 больниц Москвы и Санкт-Петербурга;
* Более 8 млн рублей – в пользу «Детских деревень – SOS» для поддержания образовательного процесса воспитанников в условиях пандемии и оплаты общехозяйственных расходов. Дополнительно компания обеспечила нуждающихся детей, проживающих в «Детских деревнях – SOS», персональными компьютерами, создав для них возможность продолжить школьное и профессиональное обучение дистанционно;
* 1,2 млн гигиенических масок собственного производства – малообеспеченным, пенсионерам и многодетным семьям в Тульской области. Линия по производству масок была запущена на крупнейшем в России заводе P&G в Новомосковске Тульской области.

*«Несмотря на все испытания 2020 года, мы стали свидетелями множества вдохновляющих примеров доброты. В этом году мы не отступили от своих принципов и приложили еще больше усилий, чтобы наши потребители в России не только имели возможность пользоваться продукцией наших брендов, но и почувствовали заботу брендов и сотрудников P&G»,* — комментирует **Сотириос Маринидис***,* глава P&G в Восточной Европе*.*

***Ответственное потребление:***

Реализация стратегических целей в области ответственного потребления и защиты окружающей среды в 2020 году вышла для компании P&G на новый уровень. В июле 2020 P&G объявила о своих повышенных обязательствах в борьбе с глобальными изменениями климата и переходе в статус компании с нулевым углеродным следом за весь период с 2020 по 2030 год. Еще одним значимым результатом 2020 года для компании стало завершение процесса перехода заводов P&G в мире к производству с нулевым показателем твердых отходов (Zero Manufacturing Waste to Landfill). В России все заводы компании получили этот статус еще в 2018 году.

В рамках партнерства с WWF России в 2020 году P&G передала более 8,8 млн рублей на реализацию экологических инициатив, в том числе:

* 1 млн рублей совместно с брендом Fairy для запуска новой программы общественного экологического мониторинга загрязнения водоемов;
* 1 млн рублей с брендом Naturella на сохранение хвойных лесов России;
* Бренды Ariel, Tide, Lenor и Fairy объединили усилия, чтобы поддержать проект «День Экодолга». Выделенная в рамках поддержки проекта финансовая помощь была направлена на сохранение лесов Хакасии;
* 2 млн рублей было направлено на реализацию природоохранных проектов, в том числе на программу по восстановлению погибшего участка леса в национальном заповеднике «Столбы» в Красноярском крае.

В 2020 году компания P&G объявила о старте стратегического партнерства в области устойчивого развития с сетью магазинов «Магнит». Лицом кампании «Подари пластику вторую жизнь» стал певец Дима Билан. В рамках инициативы в 2020-2021 годах будут установлены 80 фандоматов по приему пластиковой тары в Москве и Краснодаре, а также построены детские площадки с использованием материалов из переработанного пластика.

***Равноправие и инклюзивность:***

В 2020 году P&G продолжила сосредотачивать свои усилия на достижении и продвижении равенства и инклюзивности как внутри компании, так и на уровне общества в целом, чтобы равный доступ и возможность учиться, расти, добиваться успеха были доступны каждому. В том числе внутри P&G была введена новая глобальная политика предоставления отпусков по уходу за ребенком для отцов, чтобы еще больше продвинуть гендерное равенство и сделать заботу о детях неотъемлемым правом обоих родителя.

C 2018 года в компании P&G в России реализуется программа REACH по адаптации и трудоустройству молодых людей с инвалидностью, которая дает им возможность получить опыт работы и новые навыки в международной корпорации. По состоянию на конец 2020 года 19 человек прошли программу в российском подразделении, и многие из них нашли постоянную работу в транснациональных компаниях, включая P&G.

**О компании Procter & Gamble**

Во всем мире P&G служит потребителям, благодаря одному из сильнейших портфелей качественных и пользующихся заслуженным доверием торговых марок, таких как Always®, Ariel®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Herbal Essences®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, Tide®, Vicks®. P&G ведет деятельность в 70 странах мира.

Подробная информация о компании P&G и ее брендах на сайте [www.pg.com](http://www.pg.com/)

Новости и информация для СМИ на сайте [www.pgrussia.news](http://www.pgrussia.news/)