

**Informacja prasowa**

24 października 2019 r.

Zrównoważony rozwój w firmie Henkel Polska

**Henkel Polska o odpowiedzialności światowego producenta na Sustainability Confex 2019**

**22 października w Warszawie odbyła się konferencja Sustainability Confex 2019 z udziałem przedstawicieli firm sektora FMCG   
i ekspertów, podczas której prezentowano rozwiązania w obszarze zrównoważonego rozwoju. W wystąpieniach i panelach mówiono o największych wyzwaniach, strategiach, podejmowanych działaniach, odpowiedzialności producentów i detalistów, a także   
o edukacji konsumentów i potrzebie międzysektorowego współdziałania. Zasiadająca w jednym z paneli Dorota Strosznajder   
z Henkel Polska podkreśliła, że firma w swojej strategii zrównoważonego rozwoju poczuwa się do odpowiedzialności za ślad środowiskowy nie tylko własnych operacji biznesowych, lecz także swoich produktów, z których codziennie korzystają miliony konsumentów na całym świecie.**

Podczas panelu z udziałem firm Henkel Polska, IKEA, Coca-Cola HBC Polska i DNB uczestnicy dyskutowali o jednym z najpoważniejszych dzisiejszych wyzwań środowiskowych, jakim są opakowaniowe i plastikowe odpady.

Punktem wyjścia do rozmowy były badania konsumenckie GFK, z których wynikało, że problem odpadów plastikowych obok problemu zmian klimatycznych jest postrzegany przez konsumentów kilkunastu krajów Europy Zachodniej jako jedno z największych ekologicznych zagrożeń we współczesnym świecie. Dyskusja panelistów koncentrowała się wokół działań, które podejmują firmy, aby proaktywnie adresować te i inne największe środowiskowe wyzwania.

*W Henklu aktywnie wspieramy założenia gospodarki obiegu zamkniętego i stawiamy sobie przy tym konkretne cele. Zobowiązaliśmy się, że do 2025 roku 100% opakowań naszych produktów będzie w pełni zdatnych do recyklingu, ponownego użycia lub kompostowania. W tym momencie realizujemy ten cel w 75%. Chcemy także, by do 2025 roku plastikowe opakowania naszych produktów, oferowanych na rynku europejskim, były wytwarzane aż w 35% z plastikowych odpadów* – powiedziała Dorota Strosznajder, pełnomocnik ds. odpowiedzialności społecznej w Henkel Polska.

Podczas panelu eksperci rozmawiali także o oczekiwaniach konsumentów względem firm, szczególnie w zakresie odpowiedzialności biznesowej za środowisko naturalne. W ciągu ostatnich kilku lat świadomość społeczna Polaków w tym obszarze znacząco wzrosła. Konsumenci oczekują naturalnych produktów, które są bezpieczne zarówno dla nich, jak i dla planety.

*Chcemy, aby każdy produkt, który wprowadzamy na rynek, odpowiadał zarówno na istniejące wyzwania środowiskowe, jak i na oczekiwania naszych odbiorców. W ten sposób pomagamy konsumentom zmniejszać ich własny środowiskowy ślad. Dobrym przykładem jest nowa marka kosmetyków do pielęgnacji włosów i ciała Nature Box, którą wprowadziliśmy na rynek europejski   
i polski w ubiegłym roku. W Nature Box 98% składników kosmetycznych jest pochodzenia naturalnego, w produktach wykorzystujemy olej palmowy i gumę guar pochodzące ze zrównoważonych plantacji, linia nie zawiera parabenów, silikonów   
i sztucznych barwników, a dodatkowo opakowania Nature Box (o pojemności 385 ml) są wytwarzane w 25 proc. z plastiku pochodzącego z odzysku –* dodała Dorota Strosznajder.

Paneliści podkreślali zgodnie, jak wielką rolę odgrywają producenci i detaliści w kwestii skutecznej edukacji konsumentów, zarówno w zakresie odpowiedniej segregacji, jak   
i dokonywania przemyślanych wyborów konsumenckich. W dyskusji podnoszono także znaczenie współpracy wszystkich podmiotów wzdłuż łańcucha wartości od producentów surowców, producentów dóbr, producentów opakowań, detalistów, po firmy zajmujące się zbiórką i przetwarzaniem odpadów. Tylko takie wspólne   
i systemowe podejście do największych wyzwań środowiskowych pozwoli skutecznie im przeciwdziałać.

**O firmie Henkel Polska**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2018 odnotowała przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld oraz skorygowany zysk operacyjny na poziomie około 3,5 mld euro. Henkel zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowaną i zróżnicowaną organizację o silnej kulturze korporacyjnej i wspólnych wartościach, która dąży do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na https://www.henkel.com/ oraz <https://www.henkel.pl/>

**Kontakt dla prasy:**

**Dorota Strosznajder** **Magdalena Bryksa-Szymańczak**

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: 881 633 639

[dorota.strosznajder@henkel.com](file:///\\demon\Corporate&Finance\Klienci\Henkel\RELACJE%20Z%20MEDIAMI\Informacje%20prasowe\2019\Perwoll%20i%20Sablewska\dorota.strosznajder@henkel.com%20%09) [mszymanczak@solskipr.pl](file:///C:\Users\Paterp1\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Outlook\D0KD30EF\mszymanczak@solskipr.pl)