Спираючись на високі досягнення у галузі сталого розвитку,

**компанія «Хенкель» ставить перед собою нові амбітні цілі щодо створення упаковки, яка відповідає принципам сталого розвитку, та захисту клімату**

* Забезпечити значний прогрес у досягненні цілей 2020 року у галузі стійкого розвитку.
* Поставити нові цілі на період до 2025 року зі створення упаковки, яка надасть змогу запобігти утворенню пластикових відходів і скоротити їхній обсяг.
* До 2040 року набути статус компанії, діяльність якої є безпечною для клімату.

Дюссельдорф, 5 березня 2020 р. – компанія «Хенкель» оприлюднила свій 29-й звіт про сталий розвиток, у якому детально зазначила показники своєї діяльності та досягнення у всіх напрямах реалізації стратегії сталого розвитку. Водночас компанія «Хенкель» представила свою стратегічну програму на майбутнє та визначила нові цілі у таких ключових напрямах, як створення упаковки, що відповідає принципам сталого розвитку, та захист клімату.

Наша відданість принципам сталого розвитку є невід’ємною складовою корпоративної культури компанії впродовж багатьох років. Крім того, що ми неухильно прагнемо досягти цілей, визначених нами на 2020 рік, ми розширюємо наші цілі на майбутнє та ставимо перед собою нові проміжні завдання, щоб активно сприяти захисту клімату, переходу до економіки замкненого циклу та соціальному прогресу. Забезпечення сталого розвитку є основоположним елементом нашої нової стратегічної програми й одним із аспектів, які надають нам конкурентні переваги», – зауважив Карстен Кнобель (Carsten Knobel), голова правління Ради директорів компанії «Хенкель».

«Наступні п’ять років стануть вирішальними для усього світу і для нас як компанії. Нам потрібно переконатися в тому, що ми йдемо правильним шляхом. Це дасть змогу стримати глобальне потепління та досягти Цілей сталого розвитку, затверджених Організацією Об’єднаних Націй», – додала Сильві Ніколь (Sylvie Nicol), виконавчий віцепрезидент управління персоналом та інфраструктурних послуг компанії "Хенкель".

**Значний прогрес у досягненні цілей 2020 року в галузі сталого розвитку**

До 2030 року компанія «Хенкель» має намір потроїти ефективність використання ресурсів під час здійснення діяльності (базовим для порівняння вважається 2010 рік). Це завдання є основоположним елементом в стратегії «Хенкель» у галузі сталого розвитку. Станом на кінець 2019 року компанія вже збільшила загальну ефективність на 56 відсотків (порівняно з 2010 роком).

Компанія «Хенкель» досягла трьох цілей 2020 року достроково: викиди СО2 скоротилися на 31 відсоток, а обсяг відходів на тонну продукції зменшився на 40 відсотків. Завдяки підвищенню рівня охорони здоров’я та безпеки праці на 42 відсотки компанія «Хенкель» перевершила цільовий показник, передбачений на 2020 рік. Споживання води на тонну продукції скоротилося на 28 відсотків порівняно з 2010 роком. Це означає, що досягнення цільового показника, встановленого компанією на рівні 30 відсотків, є абсолютно реальним.

**Чітко визначені цільові показники у сфері захисту клімату**

З огляду на потребу скорочення викидів СО2 задля стримування глобального потепління компанія «Хенкель» розширила своє довгострокове бачення цієї проблеми і має намір набути статусу компанії, діяльність якої є безпечною для клімату, та досягти прогресу у відповідних етапах свого ланцюжка створення цінності.

«Маючи амбітну перспективну мету до 2040 року стати компанією, діяльність якої є безпечною для клімату, ми безперечно не лише зробимо ще один крок, щоб вийти за межі статусу компанії з нульовим вуглецевим слідом і продемонструвати прагнення компанії «Хенкель» до лідерства у галузі сталого розвитку. Ми маємо намір забезпечити прогрес у власних операціях і разом із нашими партнерами у всіх етапах ланцюжка цінності спільно сприяти захисту нашої планети», – пояснила Сильві Ніколь.

Для набуття до 2040 року статусу компанії, діяльність якої є безпечною для клімату, «Хенкель» планує зменшити свій вуглецевий слід на 65 відсотків до 2025 року. Компанія хоче досягти цього показника за рахунок постійного підвищення енергоефективності та споживання електроенергії з відновлювальних джерел. До 2040 року «Хенкель» ставить собі за мету замінити залишки викопного палива, які використовуються в нашому виробництві, альтернативним паливом, що не впливає на довкілля, а також постачати надлишок електроенергії, яку отримано з поглинанням вуглекислого газу, третім сторонам.

До того ж компанія «Хенкель» бажає максимально ефективно запускати свої бренди та технології, щоб її клієнти, споживачі та постачальники змогли скоротити обсяг викидів СО2 впродовж десяти роківна 100 млн тонн до 2025 року.

**Нові цільові показники у галузі створення упаковки на період до 2025 року**

На основі своїх досягнень і результатів діяльності у галузі створення упаковки, що відповідає принципам сталого розвитку та надає змогу здійснити перехід до економіки замкненого циклу, компанія «Хенкель» активізує свою діяльність у цьому напрямку і ставить перед собою нові більш амбітні цілі зі створення екологічної упаковки на період до 2025 року:

* **стовідсоткова придатність до перероблення та вторинного використання\*.** Весь обсяг упаковки, яку виробляє компанія «Хенкель», буде придатним до перероблення або вторинного використання\*;
* **скорочення обсягу пластику, що виробляється з викопних ресурсів, на 50%.** Компанія «Хенкель» ставить собі за мету скоротити обсяг первинного пластику, що виробляється з викопних ресурсів і застосовується для виготовлення упаковки її споживчих продуктів, на 50 відсотків. Це буде реалізовано за рахунок збільшення частки переробленого пластику, використовуваного під час упакування споживчих товарів у всьому світі більше ніж до 30%, зменшення обсягу пластику та збільшення частки пластику, що піддається біологічному розпаду;
* **безвідходне виробництво упаковки**: компанія «Хенкель» прагне запобігти потраплянню відходів у довкілля. У зв’язку з цим вона підтримує реалізацію ініціатив зі збирання та перероблення відходів упаковки, а також вкладає кошти у розробку інноваційних рішень і технологій, які дадуть змогу перейти до економіки замкненого циклу. «Хенкель» хоче охопити понад 2 мільярди споживачів на рік цільовою інформацією щодо перероблення упаковки.

Станом на кінець 2019 року 85% обсягу упаковки, яку виробляє компанія «Хенкель», були придатні до перероблення або вторинного використання\*. Частка переробленого пластику, використовуваного в упаковці споживчих товарів у Європі, сягнула 12 відсотків.

\**За винятком клейових продуктів, залишки яких можуть негативно позначитися на придатності упаковки до перероблення або забруднити потоки вторинної сировини.*

**Позитивний соціальний вплив на життя громад**

Сприяння соціальному прогресу є одним із шести ключових напрямів реалізації стратегії компанії «Хенкель» у галузі сталого розвитку. «Хенкель» має на меті до 2025 року ще більше посилити свій позитивний вплив на життя громад за рахунок відповідального вибору постачальників на 100%, максимально ефективного використання для просвіти населення знань і досвіду своїх 50 000 працівників, які пройшли навчання як посли сталого розвитку, а також завдяки сприянню підвищенню рівня життя понад 20 мільйонів осіб у всьому світі.

**Відповідальний підхід до вибору постачальників**

Компанія «Хенкель» постійно веде активний діалог зі своїми постачальниками і пропагує філософію провадження діяльності з дотриманням принципів сталого розвитку та прав людини у всіх етапах ланцюжка створення цінності. Ключовим елементом стратегії компанії щодо відповідального підходу до вибору постачальників є шестиетапний процес відповідального вибору постачальників, що застосовується для оцінювання показників, які характеризують дотримання ними принципів сталого розвитку. Цей процес є невід’ємною складовою здійснення закупівель. У 2019 році компанія охопила ним понад 86% усього обсягу закупівель упаковки, сировини та використала його у галузі контрактного виробництва.

Яскравим прикладом постійного прагнення компанії «Хенкель» до відповідального вибору постачальників є ініціатива «Разом до сталого розвитку» (TfS), започаткована в 2011 році групою компаній хімічної промисловості (серед яких і компанія «Хенкель») для створення ланцюжків постачання з дотриманням принципів сталого розвитку. Наразі ця програма об’єднує 23 компанії хімічної промисловості з усього світу, які спрямовують спільні зусилля на упорядкування процесів управління ланцюжками постачання, що невпинно ускладнюються, згідно з принципами сталого розвитку. Ключовими елементами програми TfS є проведення аудитів та онлайн оцінювання силами спеціально відібраних незалежних аудиторських компаній і за допомогою платформи EcoVadis, постачальника послуг, що спеціалізується у галузі оцінювання корпоративної соціальної відповідальності.

**Дотримання принципів сталого розвитку як відмітна ознака**

«Компанія «Хенкель» має намір міцно закріпити принципи сталого розвитку у всіх видах своєї діяльності та вжити заходів для того, щоб вони стали основоположним елементом стратегії розроблення і впровадження інноваційних рішень у всіх бізнес-підрозділах. Такий підхід сприятиме підвищенню ефективності використання компанією ресурсів і зміцненню її конкурентних переваг», – наголосив Карстен Кнобель.

Наприклад, бізнес-підрозділи «Косметичні засоби» і «Засоби для прання та догляду за оселею» у сегменті споживчих продуктів розширюватимуть свій портфель продуктів, приділяючи при цьому особливу увагу використанню упаковки, що відповідає принципам сталого розвитку, та виводячи на ринок бренди з певною метою. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» й надалі з максимальною ефективністю реалізовуватиме свій потенціал, розробляючи продукти та технології, які ставатимуть основою для революційних рішень для промисловості.

З додатковою інформацією щодо стратегії компанії «Хенкель» у галузі сталого розвитку, її відповідними показниками і досягненнями можна ознайомитися за посиланням [www.henkel.ua/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability).

**Про компанію «Хенкель»**

Компанія «Хенкель» здійснює свою діяльність у світовому масштабі та має збалансований і диверсифікований портфель продукції. Силами трьох своїх бізнес-підрозділів компанія утримує провідні позиції у сегментах промислових і споживчих продуктів завдяки своїм потужним брендам, інноваційному підходу та застосуванню передових технологій. Бізнес-підрозділ «Клейові технології» компанії «Хенкель» є світовим лідером на ринку клейових матеріалів у всіх сегментах продуктів для промисловості на глобальному рівні. Бізнес-підрозділи «Засоби для прання та догляду за оселею» і «Косметичні засоби» компанії «Хенкель» утримують провідні позиції на багатьох ринках світу та у численних категоріях продукції. Компанія «Хенкель», заснована у 1876 році, має історію успіху, що триває понад 140 років. У 2019 році обсяг продажу компанії становив понад 20 мільярдів євро, а скоригований операційний прибуток – більш як 3,2 мільярда євро. Чисельність працівників компанії «Хенкель» становить понад 52 000 осіб у всьому світі. Це віддана та різноманітна команда ентузіастів, яких об’єднує спільна корпоративна культура та спільна мета – створення цінності з дотриманням принципів сталого розвитку, а також спільні ідеї. Компанія «Хенкель» є визнаним лідером у сфері сталого розвитку, вона посідає провідні позиції у багатьох міжнародних індексах і рейтингах. Привілейовані акції компанії «Хенкель» внесені до переліку, що охоплюється фондовим індексом Німеччини DAX. Більш детальна інформація міститься на сайті [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**З фотоматеріалами можна ознайомитися за посиланням www.henkel.com/press**

За додатковою інформацією, будь ласка, звертайтеся до:

|  |  |
| --- | --- |
| Олени Андрощук,  керівника відділу корпоративних комунікацій компанії «Хенкель» в Україні  «Хенкель Україна»  Тел.: +38 050 389 83 45  Факс: +38 044 247-51-00  e-mail: elena.androschuk@henkel.com | Олени Хмари,  керівника PR-проектів  Агенція «PR-Service»  Тел./факс: +38 044 501 32 44  Моб. тел.: +38 050 382 82 74  e-mail: a.khmara@pr-service.com.ua |