



Nota de prensa

25 de marzo de 2020

Licor del Polo, la 1ª marca de dentífricos de gran consumo en relanzar sus dentífricos en un tubo reciclable

- Junto con el lanzamiento de la nueva gama BIO, a la venta a partir de julio de 2020, también se relanza toda la gama clásica con un nuevo tubo reciclable
- De esta manera, Licor del Polo se reafirma en su apuesta por los productos ecológicos y sostenibles y se sitúa como la primera marca de gran consumo relanzando gran parte de su portfolio en tubos reciclables

La gestión medioambiental se ha convertido en uno de los pilares estratégicos más importantes para las grandes marcas. La adopción de políticas internas que apoyan el desarrollo sostenible, los procesos de fabricación transparentes y el consumo de ingredientes de origen natural forman parte de las principales preocupaciones de la sociedad actual.

Por eso, la popular marca de dentífricos, Licor del Polo, ha querido dar un paso más allá y, este año, presenta su nuevo tubo reciclable para toda su gama clásica y su nueva gama BIO.

Revolución en *packaging* sostenible, nuevo tubo reciclable de Licor del Polo

La verdadera revolución sostenible llega con su nuevo tubo reciclable. Hoy en día, la mayoría de los tubos de dentífricos del mercado están hechos a base de distintas capas de diferentes materiales, siendo una de ellas de aluminio. Su dificultad para separarla del resto de capas convierte a este tipo de envases en materiales muy complejos a la hora de reciclar. Por ello, y reafirmandose nuevamente como marca comprometida con el cuidado del medioambiente, Licor del Polo ha decidido utilizar un nuevo envase fabricado por láminas de un mismo material (plástico) y sin la capa interior de aluminio, para facilitar el tratamiento de reciclado posterior y tener una segunda vida útil con sus consecuentes ventajas medioambientales.

Con ello se convertirá en la primera marca de gran consumo en relanzar la mayoría de sus productos con este nuevo tubo reciclable.



Nuevo Licor del Polo BIO, con certificación ecológica

La innovadora gama de productos BIO que será presentada a partir de julio de este año, cuenta con un 99% de ingredientes de origen natural en su composición, así como un mínimo del 13% de ingredientes procedentes de la agricultura ecológica.

Esta nueva composición, eminentemente natural, ha permitido a la marca conseguir el distintivo ECOCERT COSMOS ORGANIC, sello que certifica los productos ecológicos que respetan el estándar COSMOS ORGÁNICO¹.

La gama Licor del Polo Bio está formada por 3 variedades que cubren las principales necesidades de la higiene y cuidado dental: dos variedades para adultos, Total y Blanqueador, y una infantil para niños y niñas entre 1 – 6 años.

Los productos de toda la vida, “Originalmente naturales”

La gama Licor del Polo BIO no es la única sorpresa que se presenta para este año. Toda la gama clásica, integrada por Clorofila, Blanco Polar, Anticaries, Acción 3, Blanco y Bambú y Carbón Blanqueador, y que lleva años establecida como marca de referencia en los hogares españoles, también se relanza con fórmulas que contienen un mínimo de 94% de ingredientes de origen natural y el nuevo tubo reciclable.

Licor del Polo BIO y el relanzamiento de la gama clásica estará disponible a partir de julio de 2020, en los puntos de venta habituales.



PVP (*)

- Licor del Polo BIO adultos PVP - 2,69€
- Licor del Polo BIO niños PVP – 2,69€
- Licor del Polo Clásico (Clorofila, Blanco Polar, Acción 3, Anticaries, Blanco & Bambú y Carbón Blanqueador) PVP – 1,69 €

(*) Susceptible de modificación según el libre criterio del distribuidor

Sobre Henkel

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio, tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales del mundo. En la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2018, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca 3.500 millones de euros. Henkel cuenta con cerca de 53.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos, con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán DAX.

Para más información, visite www.henkel.es o siga la cuenta oficial de Twitter:



[@henkeliberica](https://twitter.com/henkeliberica)

CONTACTO DE PRENSA:

apple tree communications

Mireia Gallart | Mireia Cabedo

mg@homeatc.com | mic@homeatc.com

93 318 46 69