



## Investiția în soluții sustenabile, principala cerință a consumatorilor pentru companii în 2021

**București, 26 aprilie 2021**

*Am intrat în era „conscious consumption”, iar 90% dintre consumatori cer autenticitate din partea companiilor, se așteaptă ca brandurile să acționeze responsabil și vor să știe dacă produsele pe care le cumpără au un impact pozitiv asupra mediului. Cu toate acestea, 86% dintre ei nu știu ce produse sunt cu adevărat sustenabile și vor să fie educați. Henkel este un deschizător de drumuri și se numără printre primele companii care au inclus sustenabilitatea, creativitatea, inovația și ideea de economie circulară în ADN-ul produselor sale, chiar de la lansarea acesteia în 1876. În luna aprilie, în care s-a sărbătorit Ziua Pământului (22 aprilie) și Ziua Mondială a Creativității și a Inovației (21 aprilie), Henkel face o evaluare a inovațiilor sale sustenabile, care răspund nevoii consumatorilor de a face în 2021 alegeri eco, fără compromisuri.*

### **Primul detergent fără fosfați**

Un foarte bun exemplu este Persil, primul detergent modern, lansat în 1907, care a schimbat total modul în care se spălau rufe la domiciliu, ușurând viața gospodinelor vremii, care nu mai erau nevoie să consume timp cu înălbirea, fierberea și frecarea rufelor, Persil curățând rufe ușor și fără clor. Un alt exemplu este primul detergent fără fosfați, lansat în Germania, în ianuarie 1986.

### **Mai puțin PLASTIC pentru o economie circulară**

O economie circulară este un sistem regenerativ în care inputul de resurse, cât și pierderile de energie, emisiile de dioxid de carbon în atmosferă și deșeurile sunt minimalizate prin încetinirea sau închiderea circuitului de materie primă și energie folosite. Asta se poate realiza prin design durabil, mentenanță, reparare, re folosire și reciclare. Henkel se numără printre primii promotori ai economiei circulare la nivel global, stabilindu-și obiective clare pentru anul 2025 în ceea ce privește ambalajele – “100% reciclabile sau reutilizabile”. Astfel, **toate ambalajele sunt concepute pentru reutilizare sau reciclare, se urmărește reducerea plasticului fosil (petrol, gaze naturale, cărbune) cu 50%, în paralel cu reducerea plasticului virgin cu 50% și ZERO deșeuri** (“Fără deșeuri de plastic în natură”).

### **100% reciclabil**

Astfel, portofoliul companiei a fost complet revizuit, iar consumatorii români pot descoperi acum **inovațiile sustenabile Henkel Laundry & Home Care**, precum **Persil Deep Clean** – cu un concept nou și o formulă mai performantă („Active Fresh Effect”), într-un **ambalaj 100% reciclabil (sticlă și cutie)** sau **Persil 4-in-1 Discs** – ce utilizează cu 40% mai puțin plastic reciclat, cu folie biodegradabilă, iar datorită formatului, se evită supra-dozarea.

Apoi, variantele verzi „Pro Nature”, ca de exemplu **Pur „Pro Nature”**, au un procentaj ridicat de plastic sau carton reciclat (75- 100% r-PET), până la 95% - 99,9% ingrediente din surse naturale, 0 % fosfat de parfum, colorant și certificarea ecolabel „Blue Engel”. Sau **Somat All in 1 „Pro Nature”**- 100% carton reciclat, 94% ingrediente din surse naturale, 100% putere de curățare împotriva petelor uscate, folie solubilă în apă, 0% parfumuri și certificarea ecolabel.



## 100% naturale și complet biodegradabile

O adevărată inovație sunt șervețelele **Color Catcher K2r** ce protejează culorile și țesăturile, evitând migrația culorilor în timpul spălării acestora în mașina de spălat, fapt ce permite spălarea combinată a rufelor albe cu cele colorate (**în acest fel se fac și economii de energie și apă**). Noile produse sunt din materiale 100% naturale și complet biodegradabile, fără parfum, din **materii prime ce provin din surse responsabile certificate FSC („Forest Stewardship Council“)**, iar ambalajul produsului este organic, conținând iarbă (fapt ce determină economii de apă & CO<sup>2</sup> în procesul de reciclare – reutilizare).

## Schwarzkopf: primele șampoane moderne

Și în categoria produselor cosmetice și de îngrijire personală, **Schwarzkopf** are o istorie lungă de produse inovatoare și soluții creative, ca de exemplu **primul șampon-pudră „Schampoo“**, lansat în 1903, primul șampon-lichid din Europa ( în 1927), **primul șampon-lichid fără săpun și substanțe alcaline („Onalkali” considerat premergătorul șamponului modern)** și primul șampon în tub, sub formă de cremă - Schauma, lansat în 1949. În 1955, Schwarzkopf dezvoltă primul spray-fixativ din Europa – Taft iar în 1968, primul șampon-colorant - Palette Color Shampoo. În 1987, Schwarzkopf este primul mare producător de cosmetice care **lansează produse (Taft) în ambalaje fără CFC (cloroflorocarbon, gaze cu efect de seră)**. Aceeași tradiție a calității, inovației și responsabilității față de consumatori și mediul înconjurător care continuă și în prezent.

## Inovație pentru consum redus de resurse naturale

În România, portofoliul **Henkel Beauty Care** oferă produse inovatoare și performante, care încurajează un consum responsabil, sub umbrela „Frumusețe certificată – Frumusețe curată – Frumusețe verde”. Datorită faptului că 90% din amprenta ecologică a șamponului rezultă din încălzirea apei în timpul dușului, vrem să ne asigurăm că fiecare inovație se remarcă atât prin performanță și atractivitate, cât și printr-un profil de produs mai durabil / sustenabil.

Un foarte bun exemplu îl constituie campania națională pentru marca **Nature Box – „Pădurea Nature Box”**, obiectivul fiind de a planta o pădure, printr-o campanie națională, cu ajutorul asociației Viitor Plus. Dacă în 2020 motto-ul campaniei a fost **“Cumpără Nature Box și adoptă un copac!”**, în 2021 acesta este **“Împreună plantăm o pădure”**. De asemenea, **rezervele Nature Box, pentru șampon și gel de duș, lansate recent și în România, în ambalaje 100% reciclabile**. O rezervă are minimum 60% mai puțin plastic comparativ cu sticla Nature Box 385 ml, formulă certificată „COSMOS NATURAL” și nu conține silicon.

Pentru mai multe exemple și detalii consultați [ultimul raport de sustenabilitate al companiei](#).

### Despre Henkel România

*Companie înființată în anul 1994, ca reprezentantă a Henkel Central Eastern Europe Austria, Henkel România are în prezent peste 500 angajați, și un portofoliu compus din peste 30 mărci, mii de produse de la detergenți și Produse pentru îngrijirea Locuinței, la Produse Cosmetice și de Îngrijire Personală, până la Adezivi comerciali, profesionali și industriali și tehnologii. Henkel deține trei unități de producție în România (Pantelimon/ lângă București, Câmpia Turzii și Roznov). Mai multe detalii @ [www.henkel.ro](http://www.henkel.ro).*

*Henkel Romania s-a implicat activ, de-a lungul anilor, în susținerea mai multor proiecte ecologice și educative. Câteva exemple de proiecte de anvergură: „Împreună pentru o Deltă curată”, „Poliția Verde a Copiilor”, „*



Împreună pentru o Dunăre curată”, „Harta Școlilor Verzi din România”. Astfel, Henkel a fost prima companie privată din România care a dezvoltat un program complex în Rezervația Biosferei Delta Dunării în perioada 2004-2007, cu o componentă ecologică (colectare și reciclare a deșeurilor din plastic) și una educațională – în școlile aflate în Rezervația Biosferei Delta Dunării.

### **Despre Henkel**

Henkel este o companie globală cu un portofoliu de produse diversificat și echilibrat. Compania este lider cu cele trei divizii atât în zona industrială cât și în sectorul produselor pentru consumatori, datorită mărcilor sale puternice, inovațiilor și tehnologiilor sale. Henkel Adhesive Technologies este lider global pe piața de adezivi – în toate segmentele industriei. În categoriile “Laundry and Home Care”/Detergenți și Produse pentru îngrijirea Locuinței și „Beauty Care”/ Produse Cosmetice și de Îngrijire Personală, Henkel deține poziții de lider în multe dintre piețele relevante la nivel global. Înființată în 1876, Henkel are o tradiție de peste 140 de ani de succes. În 2020, Henkel a înregistrat vânzări de peste 19 miliarde euro și un profit operațional ajustat de cca 2,6 miliarde euro. Henkel are 53.000 angajați la nivel global – o echipă pasionată și diversă, unită de o cultură organizațională puternică, o misiune comună de a crea valoare durabilă și valori comune. În calitate de lider recunoscut în zona de sustenabilitate, Henkel deține poziții de top în multe topuri și clasamente internaționale de profil. Acțiunile Henkel sunt listate la Bursa Germană DAX. Pentru mai multe informații, puteți accesa [www.henkel.com](http://www.henkel.com).