Comunicado de Imprensa

22 de fevereiro de 2022

Nasce o Consórcio EcoBeautyScore, uma iniciativa inovadora formada por 36 empresas que disponibiliza opções mais sustentáveis ao consumidor

Com o objetivo de desenvolver uma avaliação do impacto ambiental e um mesmo sistema de pontuação para toda a indústria de produtos cosméticos, 36 empresas do setor da cosmética, do cuidado pessoal e associações profissionais uniram-se para formar o Consórcio EcoBeautyScore.

Com pequenas e grandes empresas e associações dos quatro continentes, o Consórcio EcoBeautyScore tem a intenção de ser global e inclusivo. Além disso, permanecerá aberto para que outras empresas e associações se possam juntar.

Os 36 membros até agora incluem: Amorepacific, Babor, Beiersdorf, Colgate-Palmolive, Cosmébio, COSMED, Cosmetic Valley, Cosmetics Europe, cosnova, Coty, The Estée Lauder Companies, Eugène Perma, FEBEA, The Fragrance Creators Association, Henkel, IKW Beauty Care, The International Fragrance Association, Johnson & Johnson Consumer Inc., JUST International AG, Kao, L'Oréal Groupe, LVMH, Nafigate, NAOS, Natrue, Natura &Co, NOHBA, Oriflame, P&G, Paragon Nordic, Puig, PZ Cussons, Shiseido, Sisley, STANPA, Unilever.

O objetivo do Consórcio EcoBeautyScore: permitir que os consumidores tomem decisões sustentáveis através de um mesmo sistema de avaliação do impacto ambiental e de pontuação

O Consórcio EcoBeautyScore está a desenvolver um sistema de pontuação e avaliação do impacto ambiental para toda a indústria dedicada à cosmética. Com um alcance global e baseado numa metodologia comum, o Consórcio pode ajudar a fornecer aos consumidores informação clara, transparente e comparável sobre o impacto ambiental dos produtos. Isto irá contribuir para responder à crescente procura dos consumidores por uma maior transparência sobre o impacto ambiental dos produtos cosméticos (fórmula, embalagem e utilização). De facto, grande parte dos consumidores (42%) estão interessados em comprar marcas com práticas circulares e sustentáveis[1].

[1]Fonte: Capgemini Research Institute, Circular Economy for a Sustainable Future Report, agosto-setembro de 2021

O objetivo do Consórcio EcoBeautyScore: co-construir uma metodologia científica para o sistema de avaliação e pontuação do impacto ambiental

O Consórcio está a trabalhar com a consultoria especialista em sustentabilidade Quantis para garantir uma abordagem sólida e científica para co-construir uma metodologia de avaliação e um sistema de pontuação guiados e articulados em torno de:

1. **Um método comum para medir o impacto ambiental dos produtos o longo do seu ciclo de vida**, apoiado pelos princípios da "Product Environmental Footprint" (o método científico PEF da União Europeia baseado na avaliação do ciclo de vida (LCA) para quantificar a pegada ambiental dos produtos).

2. **Uma base de dados comum** de impacto ambiental dos ingredientes padrão e das matérias-primas utilizadas em fórmulas e embalagens, bem como durante a utilização do produto.

3. **Uma ferramenta comum** que permita uma avaliação do impacto ambiental dos produtos individuais, que pode ser utilizada por não especialistas.

4. **Um sistema de pontuação harmonizado** que permita às empresas, de forma voluntária, informar os consumidores sobre a pegada ambiental dos seus produtos cosméticos. A metodologia, base de dados, ferramenta e sistema de pontuação serão verificados por partes independentes.

Operacionalmente, o Consórcio EcoBeautyScore conta também com o apoio da Capgemini Invent (gestão de projetos) e da Mayer Brown (assessor jurídico).

Próximos passos do Consórcio EcoBeautyScore
Os 36 membros do Consórcio EcoBeautyScore organizaram-se em grupos de trabalho temáticos. Para o final de 2002, prevê-se ter um protótipo de impacto e pontuação, que permitirá calcular a pontuação ambiental de uma seleção de categorias de produtos, verificada por entidades independentes.

O Consórcio EcoBeautyScore chama as empresas de cosmética e cuidado pessoal e associações profissionais a unir-se a esta iniciativa única
Este Consórcio está aberto a todas as empresas de cosmética e cuidado pessoal, independentemente da sua dimensão ou recursos. Serão informadas e consultadas outras partes interessadas ao longo do processo. Todas as empresas vão beneficiar do trabalho pré-existente e estão convidadas a contribuir com a sua própria experiência. O Consórcio também consultará especialistas externos, incluindo cientistas, académicos e ONG's para garantir que o processo seja o mais inclusivo possível. Os trabalhos desenvolvidos pelo Consórcio serão publicados e poderão ser utilizado de forma estreitamente voluntária, tanto pelos participantes do Consórcio, como por todas as outras partes interessadas.

As empresas de cosmética e cuidado pessoal e organizações profissionais que desejem saber mais estão convidadas a entrar em contacto com: contact@ecobeautyscore-consortium.org.

Sobre a Henkel

A Henkel opera globalmente com um portefólio bem equilibrado e diversificado. A empresa detém posições de liderança com as suas três unidades de negócios, tanto na área da indústria como no grande consumo, graças à força das marcas, inovações e tecnologias. A Henkel Adhesive Technologies é líder mundial no mercado de adesivos em todos os segmentos da indústria. Nos seus negócios de Laundry & Home Care e Beauty Care, a Henkel ocupa posições de liderança em muitos mercados e categorias em todo o mundo. Fundada em 1876, a Henkel faz uma retrospetiva a mais de 140 anos de sucesso. Em 2021, a Henkel atingiu um volume de vendas de 20 000 milhões de euros. A Henkel emprega cerca de 53 000 pessoas em todo o mundo - uma equipa apaixonada, altamente diversificada e unida por uma forte cultura corporativa, um objetivo comum de criar valor sustentável e valores partilhados. Como líder reconhecida em sustentabilidade, a Henkel ocupa posições de destaque em muitos índices e classificações internacionais. As ações preferenciais da Henkel estão listadas no índice alemão de ações DAX.

Para obter mais informações, visite www.henkel.pt ou siga as contas oficiais de Twitter e Instagram:
@henkeliberica

Para mais informações:
MEDIA CONSULTING
André Gerson | +351 912 293 131 | andre.gerson@mediaconsulting.pt
Lúcia Espanhol | +351 910 960 222 **|** lucia.espanhol@mediaconsulting.pt