



Comunicado de Imprensa

20 de junho de 2022

Henkel apresenta novos e ambiciosos objetivos de sustentabilidade

- Sob o mote “Impacto Transformativo para o bem das gerações futuras”, a empresa apresenta um novo Plano de Objetivos de Sustentabilidade 2030+
- A nova estratégia engloba três dimensões: Planeta Regenerativo, Comunidades Prósperas e Parceiro de Confiança
- Os principais objetivos chave são:
 - ser uma empresa 100% positiva para o clima em 2030
 - ter 100% das embalagens concebidas para serem recicláveis ou reutilizáveis em 2025
 - alcançar a igualdade de género a todos os níveis de responsabilidade em 2025

A Henkel apresenta a sua nova estratégia de sustentabilidade baseada no propósito empresarial da organização: ser “*Pioneers at heart for the good of generations*”, ou seja, ser pioneiros em inovação e sustentabilidade para o bem das gerações futuras. A empresa transmite assim, a sua ambição em inovar, abrir novos caminhos e trabalhar para desenvolver soluções inovadoras para alcançar um desenvolvimento sustentável do planeta no futuro.

O novo plano estratégico da Henkel enfatiza três pilares chave: um **planeta regenerativo**, **comunidades prósperas** e ser um **parceiro de confiança**. O novo plano baseia-se nos três eixos principais que a comunidade de investimento internacional utiliza para medir o impacto e a sustentabilidade dos seus investimentos: ambiental, social e de governação (ESG).

“Com estes novos objetivos, queremos impulsionar ativamente a transformação para uma economia e sociedade sustentáveis, ajudar a proteger e regenerar a natureza, contribuir para a criação de comunidades fortes e reforçar a confiança dos nossos grupos de interesse”, explica Elisenda Ballester, Diretora de Comunicação Corporativa da Henkel Ibérica.

Em linha com este plano, a dimensão do **Planeta Regenerativo** inclui medidas para mitigar as alterações climáticas, alcançar uma economia circular funcional e proteger a natureza e a biodiversidade. Entre os objetivos mais ambiciosos nesta área está a intenção da empresa de



tornar as suas operações **positivas para o clima até 2030**, ou seja, 10 anos antes da sua estratégia anterior e 20 anos antes do estabelecido no Acordo de Paris. A empresa também pretende fazer um uso circular dos recursos hídricos e dos resíduos nas suas operações até 2030. E até 2025, **100% das embalagens dos produtos serão recicláveis ou reutilizáveis**. No final de 2021, a empresa já tinha conseguido atingir 86% das suas embalagens; mas há marcas que vão mais longe e já têm embalagens feitas de materiais reciclados, de que são exemplo as últimas **inovações sustentáveis** da Bref e Syoss. Assim, a **Bref** tem uma gama Pronature cuja embalagem é feita de plástico e cartão 100% reciclado, e os frascos de shampoo e condicionador **Syoss**, são feitos de plástico 100% reciclado. Uma das últimas inovações em termos de embalagem foi liderada pela **Pritt**: a marca substituiu a embalagem de blister de plástico por uma feita de 90% de papel reciclado.

A dimensão das **Comunidades Prósperas** baseia-se na promoção da igualdade de oportunidades, reforçando a diversidade e o bem-estar das comunidades em que opera. Entre os objetivos mais importantes identificados pela Henkel a este respeito, **está o de alcançar a igualdade de género nos cargos de gestão até 2025**. A nível local, a Henkel Ibérica também está muito perto de alcançar este objetivo da igualdade de género em **cargos de gestão até 2025**, sendo que 39% da equipa da Henkel Ibérica são mulheres, e em cargos de gestão a percentagem de mulheres já ultrapassa os 44%.

A Henkel também quer ser um **Parceiro de Confiança**, através de uma cultura corporativa baseada nos valores e numa sólida experiência científica e tecnológica para combinar tanto desempenho como integridade. A Henkel integra, assim, a sustentabilidade no seu portfólio de produtos e processos empresariais, e é uma das empresas do sector e do DAX alemão com o maior legado de transparência, com a publicação de mais de 30 edições do seu Relatório de Sustentabilidade. Um dos objetivos estabelecidos nesta dimensão é conseguir alcançar um **abastecimento 100% responsável** juntamente com os seus parceiros ao longo de toda a cadeia de valor.

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 retrospectiva a mais de 140 anos de sucesso. Em 2021, a Henkel atingiu um volume de vendas de 20 000 milhões de euros e um lucro operacional depurado de cerca de 2.700 milhões de euros. A Henkel empregou cerca de 52 000 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 Henkel AG & Co. KGaA Página 4/4 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

Vera Rebola | +351 910 960 222 | vera.rebola@mediaconsulting.pt