14 września, 2023 r.

Henkel w walce o czystszy świat

Henkel partnerem wspólnego Sprzątania Świata

**Henkel wzorem lat ubiegłych dołącza do akcji Sprzątanie Świata Fundacji Nasza Ziemia. W tegorocznej edycji pracownicy firmy będą 14 września sprzątać plażę na warszawskiej Saskiej Kępie. To kolejna forma zaangażowania firmy w środowisko, którego ochrona to jeden z priorytetów działań zapisanych w strategii biznesowej Henkla.**

To już 30. Akcja Sprzątania Świata i kolejna inicjatywa, przy której Henkel łączy siły z Fundacją Nasza Ziemia skutecznie działając na rzecz czystszego świata. Pracownicy polskiego oddziału Henkla, zaopatrzeni w rękawiczki i worki na śmieci,będą sprzątali plażę na Saskiej Kępie w Warszawie. Fundacja Nasza Ziemia co roku publikuje [na swojej stronie](https://sprzatanieswiata.pl/) www raport z podsumowaniem efektów działań sztabów z całego kraju, nie inaczej będzie również w tym roku.

**Skuteczny wolontariat na rzecz walki z zanieczyszczeniem środowiska**

W ubiegłorocznej akcji pracownicy Henkla sprzątali las w Młochowie pod Warszawą. Zebrali prawie pół tony różnorodnych i czasami zaskakujących śmieci – wśród nich dominowały butelki i plastiki, jednak nie brakowało także opon, zabawek, obuwia, sztucznych choinek, płyt DVD, kineskopów telewizorów oraz wielu innych przedmiotów.

- *W Henklu wychodzimy z założenia, że także my jesteśmy odpowiedzialni za los naszej planety. Dlatego aktywnie angażujemy się we wszelkie inicjatywy na rzecz środowiska naturalnego. Problem zanieczyszczenia plaż, czy lasów jest niestety stale obecny i coraz ważniejszy. Dlatego zawsze staramy się działać zarówno w aspekcie biznesowym zmieniając nasze produkty na bardziej biodegradowalne i tworząc opakowania nadające się do recyklingu, jak i od strony czysto ludzkiej biorąc worki i ruszając wspólnie sprzątać miejsca, które tego potrzebują –* mówi **Aleksandra Gawlas-Wilińska, dyrektor marketingu w dziale Henkel Consumer Brands.**

**Zrównoważony rozwój w Henklu**

Henklowi bliskie są inicjatywy szczególnie związane ze środowiskiem. W tym roku firma zaangażowała się chociażby w akcję [Czyste Tatry](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2023-07-04-henkel-polska-partnerem-akcji-czyste-tatry-eko-malopolska-1871850) czy [Czysty Bałtyk](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2023-08-16-henkel-polska-partnerem-akcji-czysty-baltyk-1881196). Kolejnym projektem realizowanym przez Henkla jest jego autorska ["Lekcja Nieśmiecenia"](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2023-07-06-znamy-laureatow-konkursu-3-edycji-lekcji-niesmiecenia-1872502) - kampania edukacyjna, która działa na rzecz zwiększania świadomości ekologicznej uczniów, zwłaszcza w zakresie segregacji odpadów. Celem działań tej akcji jest przekazywanie praktycznej wiedzy dzieciom oraz kształtowanie u nich odpowiednich nawyków i zachowań związanych z ochroną środowiska. Partnerem tej kampanii jest również Fundacja Nasza Ziemia.

To tylko niektóre z wielu przykładów konkretnych realizacji [założeń i zobowiązań firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju](https://www.henkel.pl/zrownowazony-rozwoj/strategia), zgodnie z którymi do 2025 r. wszystkie opakowania produktów konsumenckich firmy mają nadawać się do dalszego przetwarzania lub powtórnego użycia. Co więcej, już teraz w niektórych opakowaniach zawarty jest także tzw. social plastic, który – w ramach współpracy z organizacją społeczną [Plastic Bank](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2019-06-13-henkel-wprowadza-opakowania-z-odpadow-pochodzacych-ze-spolecznej-zbiorki-954238) – został zebrany z morskich plaż, przetworzony i powtórnie włączony do gospodarczego obiegu.

\*\*\*

**O firmie Henkel**

Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym, jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies jest światowym liderem rynku klejów, uszczelniaczy i powłok funkcjonalnych. Dział Consumer Brands zajmuje wiodącą pozycję na wielu rynkach świata, zwłaszcza w obszarze produktów do pielęgnacji włosów oraz środków piorących i czystości. Trzy najsilniejsze marki to Loctite, Persil i Schwarzkopf. W 2022 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 22 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 2,3 mld euro. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Firma posiada jasną strategię zrównoważonego rozwoju z konkretnymi celami, a idea ta ma w Henklu długą tradycję. Firma założona w 1876 zatrudnia dziś ponad 50 tysięcy pracowników na całym świecie, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i motcie: „Pioneers at heart for the good of generations”. Więcej informacji na www.henkel.com oraz [www.henkel.pl](file:///%5C%5Cdemon%5CCorporate%26amp%3BFinance%5CKlienci%5CHenkel%5CRELACJE%20Z%20MEDIAMI%5CInformacje%20prasowe%5C2020%5CIP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nab%C3%B3r%20do%20programu%5Cwww.henkel.pl).

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**http://www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel.: (022) 565 66 65 tel.: +48 881 633 639

dorota.strosznajder@henkel.com mszymańczak@solskipr.pl

Henkel AG & Co. KGaA