



Nota de prensa

9 de noviembre de 2018

III Premios OCARE 2018

El programa de sostenibilidad de Henkel, “I Ambassador”, ganador en los Premios OCARE

- La III Edición de los Premios OCARE 2018 ha reconocido el programa I Ambassador de Henkel como “Mejor campaña de comunicación de RSC integral”
- Henkel Ibérica ha quedado también entre los finalistas en otras dos categorías

El Observatorio de la Comunicación y la Acción de Responsabilidad Empresarial (OCARE), entregó sus representativas caracolas, símbolo de la comunicación inteligente, creativa y poderosa en el mundo de los negocios, a 11 organizaciones en reconocimiento a sus campañas y acciones de Comunicación en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa y Empresarial, en un acto amenizado por los propios estudiantes de Comunicación de la Universidad CEU San Pablo.

El jurado de la III edición de los Premios OCARE nombró ayer a Henkel como ganador en la categoría “Mejor campaña de comunicación de RSC integral” por su iniciativa I Ambassador. Se trata de un reconocimiento al programa que lleva a cabo la compañía para fomentar e implicar a los trabajadores a desarrollar acciones sostenibles, uno de los cinco valores corporativos que está totalmente arraigado en el ADN de la compañía. Henkel Ibérica también quedó finalista en otras dos categorías: “Mejor campaña de Comunicación de RSC de contenido laboral” con el proyecto Million Chances y “Mejor Campaña de Comunicación de RSC dirigida a público interno” con la iniciativa MIT (Make an Impact on Tomorrow)

I Ambassador es un programa desarrollado por Henkel que tiene como objetivo que sus 50.000 empleados integren y compartan la estrategia de sostenibilidad de la compañía. Va un paso más allá de que los empleados y empleadas entiendan la sostenibilidad, es clave



animarlos a compartir su conocimiento con compañeros, proveedores, clientes, consumidores y estudiantes, para, en definitiva, generar mayor conciencia de sostenibilidad entre el público general.

Premios OCARE

En la tercera convocatoria de los Premios OCARE han concurrido más candidaturas que en las dos primeras ediciones. El jurado de los Premios OCARE, compuesto por profesionales y expertos en Comunicación y RSC, ha destacado la calidad y diversidad de las iniciativas recibidas en esta edición, así como de los perfiles de empresas y organizaciones, tanto desde el punto de vista de los sectores de actividad como de su dimensión, ya que entre las candidatas se encuentran multinacionales, pequeñas y medianas empresas, y organizaciones del tercer sector.

Tanto en las campañas premiadas como, en general, en todas las candidaturas recibidas, destacan el cuidado en la selección de los públicos objetivos y los mensajes, la creatividad y el uso de nuevas tecnologías a la hora de comunicar y difundir las iniciativas de RSC. Igualmente, se ha puesto de relieve en esta edición la vocación de continuidad y la integración de la Responsabilidad Social y su comunicación en las estructuras y las estrategias de las organizaciones, cuidando cada vez con más esmero su forma de relacionarse con la sociedad en general y, en particular, con sus entornos y públicos de influencia.

OCARE nació con el fin de animar a empresas e instituciones a comunicar más y mejor su RSC y, de esta forma, “inspirar y convencer a todos de que la ética en los negocios no solo es necesaria sino también rentable en términos de reputación” explica Mercedes Pescador, fundadora de Medialuna, la consultora que ha constituido el Observatorio junto a la Universidad CEU San Pablo.

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. Además, 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 2017, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 20.000 millones de euros y un beneficio operativo depurado de cerca

3.500 millones de euros. Las ventas combinadas de las marcas principales de las tres unidades de negocio -Loctite, Schwarzkopf y Persil- suman más de 6.400 millones de euros. Henkel cuenta con más 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 por favor visite www.henkel.es

Este documento contiene previsiones de futuro basadas en las suposiciones y estimaciones actuales de la dirección de la empresa Henkel AG & Co. KGaA. El empleo de palabras como esperar, prever, planificar, pronosticar, deducir de, creer, estimar y formulaciones similares indica previsiones de futuro. Estas previsiones no deben entenderse como garantías que den por correctas estas expectativas. La evolución futura, así como los resultados obtenidos realmente por Henkel AG & Co. KGaA y sus empresas asociadas dependen de una serie de riesgos e inseguridades y por ello pueden diferir fundamentalmente de las perspectivas de futuro. Varios de estos factores se encuentran fuera del área de influencia de Henkel y no pueden estimarse de forma precisa con anterioridad como, por ejemplo, el entorno económico futuro, así como el comportamiento de los competidores y otros participantes en el mercado. No está prevista una actualización de las previsiones de futuro ni Henkel asume ninguna obligación especial al respecto.

Contacto:

bcw | burson cohn & wolfe

Tel: 93.201.10.28

Carla Lladó – carla.llado@bm.com

Núria Rosiñol – nuria.rosinol@bm.com