4 novembre 2024

Nouvelle avancée de notre stratégie de croissance ciblée : un engagement accru pour la protection du climat

Henkel définit des objectifs zéro émission nette

**Düsseldorf - Conformément à ses ambitions en matière de développement durable dans le cadre de sa stratégie de croissance ciblée, Henkel a défini une feuille de route zéro émission nette, élargissant considérablement ses objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) tout au long de la chaîne de valeur. Pour atteindre zéro émission nette, la société s’est fixé les objectifs suivants :**

* **réduire les émissions absolues de gaz à effet de serre (GES) des scopes 1 et 2 de 42 % d’ici à 2030 (année de référence : 2021)**
* **réduire les émissions absolues de GES du scope 3 de 30 % d’ici à 2030 (année de référence : 2021)**
* **réduire les émissions absolues de GES des scopes 1, 2 et 3 de 90 % d’ici à 2045 (année de référence : 2021)**

Ces nouveaux objectifs ont été **validés par l’initiative « Science Based Targets » (SBTi)**, une organisation d’action climatique qui aide les entreprises à fixer des objectifs zéro émission nette en ligne avec l’Accord de Paris sur le climat.

« *Nous devons tous prendre nos responsabilités et contribuer à limiter le réchauffement climatique à 1,5°C, comme le prévoit l’Accord de Paris sur le climat - et nous sommes déjà trop proches de ce seuil* », a déclaré Carsten Knobel, PDG de Henkel. « *Nous avons donc étendu notre engagement en faveur du climat pour parvenir à zéro émission de gaz à effet de serre d’ici 2045 avec des actions concrètes sur l’ensemble de notre chaîne de valeur*. »

**Les nouveaux objectifs zéro émission nette couvrent les émissions tout au long de la chaîne de valeur**

Par rapport aux précédents objectifs en matière de climat de Henkel, les nouveaux objectifs zéro émission nette couvrent une plus grande partie de la chaîne de valeur. Outre les émissions provenant des processus de production, les objectifs relatifs aux émissions des scopes 1 et 2 englobent désormais toutes les opérations, y compris les immeubles de bureaux, les entrepôts, la recherche et le développement, ainsi que le parc automobile des usines.

Les objectifs de réduction des émissions pour le scope 3 couvrent les émissions indirectes de Henkel en amont et en aval de la chaîne de valeur. Outre les émissions provenant des matières premières et des emballages, les nouveaux objectifs fondés sur la science incluent également les émissions provenant notamment de la logistique ou du traitement des produits en fin de vie. En outre, les objectifs vont au-delà de la réduction des seules émissions de CO2 et englobent les sept gaz à effet de serre définis par le protocole de Kyoto des Nations unies.

L’expression « zéro émission nette » (« net zero ») signifie que toutes les émissions de gaz à effet de serre d’origine humaine sont compensées par leur élimination de l’atmosphère. Conformément à la norme « Corporate Net-Zero Standard » de SBTi, elle est répertoriée comme un état de réduction d’au moins 90 % des émissions absolues sur l’ensemble de la chaîne de valeur (scopes 1, 2 et 3) grâce à des mesures de réduction directes avant d’employer des méthodes pour neutraliser les émissions résiduelles, par exemple grâce à des méthodes innovantes de capture du carbone.

**Réduction maximale des émissions**

Les mesures directes de réduction des émissions sur les propres sites de Henkel se concentreront principalement sur l’amélioration de l’efficacité énergétique et l’expansion des énergies renouvelables pour couvrir la demande d’énergie restante. La part de l’électricité achetée par Henkel, qui provient de sources renouvelables, s’élève déjà à 89 % au niveau mondial. Récemment, Henkel a franchi une étape importante en convertissant tous ses processus de production pour son activité Consumer Brands en Europe à de l’énergie neutre en carbone.

Afin de renforcer l’évaluation de ses émissions de CO2 dans la chaîne d’approvisionnement en amont. Henkel a lancé un [programme d’engagement](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2024-04-08-henkel-launches-new-initiative-to-collaborate-with-suppliers-on-climate-action-1949908) complet [pour ses fournisseurs du monde entier](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2024-04-08-henkel-launches-new-initiative-to-collaborate-with-suppliers-on-climate-action-1949908), appelé « Climate Connect ». Le programme vise à faire progresser la décarbonation tout au long de la chaîne de valeur des deux activités grâce à la collecte de données sur les émissions, à des actions de réduction définies conjointement et à la formation continue des fournisseurs.

Henkel travaille également à augmenter la proportion d’ingrédients issus de matières premières renouvelables, recyclées ou à faibles émissions dans ses biens de consommation et technologies adhésives.

Grâce à sa stratégie d’emballage durable, Henkel contribue à la réduction des émissions en minimisant la quantité de matériaux d’emballage et en maximisant l’utilisation de solutions d’emballages à faibles émissions, recyclés et renouvelables. [Le nouveau concept d’emballage pour les cartouches d’adhésifs grand public de Henkel](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2023-11-15-henkel-relaunches-its-bonding-and-sealing-portfolio-with-recycled-cartridges-across-europe-1899980), par exemple, réduit considérablement l’utilisation de plastique vierge en utilisant jusqu’à 95 % de plastique recyclé provenant de matériaux post-consommation (PCR). Cette initiative est en cours de déploiement dans toute l’Europe.

Étant donné qu’une grande partie des émissions du scope 3 sont générées lors de la phase d’application du produit, Henkel souhaite encourager les consommateurs à adopter un comportement plus responsable par le biais d’une communication ciblée. Même si ces émissions ne peuvent pas être directement influencées et sont donc exclues de l’objectif zéro émission nette, Henkel continuera à mettre l’accent sur l’éducation des consommateurs, par exemple avec son initiative « [It starts with us](https://www.itstartswithus.net/) » ([Cela commence avec nous](https://www.itstartswithus.net/)) de Henkel Consumer Brands. La campagne fournit des recommandations pour une utilisation plus efficace des ressources dans la vie quotidienne des consommateurs.

De plus amples informations sur les objectifs en matière de climat de la société sont disponibles dans le « plan de transition climatique » de Henkel *(lien vers le nouveau plan de transition climatique).*

**A propos de Henkel**

Grâce à ses marques, ses innovations et ses technologies, Henkel détient des positions mondiales fortes auprès des industriels comme des consommateurs. L’activité Adhesive Technologies est leader mondial des adhésifs, des produits d'étanchéité et des revêtements fonctionnels. Avec son activité Consumer Brands, Henkel détient des positions de leader sur de nombreux marchés et catégories dans le monde, en particulier pour les soins des cheveux et pour les lessives et produits d’entretien. Les trois premières marques internationales du Groupe sont Loctite, Persil (Le Chat en France) et Schwarzkopf. En 2023, Henkel a réalisé un chiffre d’affaires de plus de 21,5 milliards d’EUR et un bénéfice d’exploitation ajusté d’environ 2,6 milliards d’euros. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l’indice boursier allemand DAX. Le développement durable fait partie intégrante de l’histoire de Henkel et le Groupe a dans ce domaine une stratégie claire avec des objectifs concrets.  Fondé en 1876, Henkel s’appuie aujourd’hui sur une équipe empreinte de diversité, de près de 48 000 personnes à travers le monde – unies par une culture forte, des valeurs d’entreprise et une raison d’être partagées : « Pioneers at heart for the good of generations ». Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.henkel.fr](http://www.henkel.fr)

[**Ce communiqué est une traduction du texte original en anglais**](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2024-11-04-henkel-defines-net-zero-targets-1996448)**.**

Les supports visuels sont disponibles sur [**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Contacts presse**

**Henkel**

Octavie Blandin

01 46 84 92 45

[Octavie.blandin@henkel.com](mailto:Octavie.blandin@henkel.com)

**Agence Burson Cohn & Wolf**

Paolo Ghilardi

01 56 03 13 02