4. studenoga 2024.

Daljnji napredak u provedbi plana svrhovitog rasta: veća posvećenost zaštiti klime

**Henkel utvrdio ciljeve za postizanje nultih neto stopa emisija**

**Düsseldorf - U skladu sa svojim ambicijama u pogledu održivosti u okviru plana svrhovitog razvoja Henkel je utvrdio plan za postizanje nultih neto stopa emisija. U okviru njega znatno je proširio svoje ciljeve za smanjenje emisija u cijelom lancu vrijednosti. Kako bi postiglo tu nultu neto razinu emisija, društvo je postavilo sljedeće ciljeve:**

* **smanjiti apsolutne emisije stakleničkih plinova opsega 1 i 2 za 42 posto do 2030. (početna godina 2021.)**
* **smanjiti apsolutne emisije stakleničkih plinova opsega 3 za 30 posto do 2030. (početna godina 2021.)**
* **smanjiti apsolutne emisije stakleničkih plinova opsega 1, 2 i 3 za 90 posto do 2045. (početna godina 2021.).**

Te nove ciljeve **potvrdila je i „Science Based Targets Initiative (SBTi)“**, korporativna organizacija za djelovanje u području klime koja trgovačkim društvima pomaže da postave ciljeve neto nultih stopa emisija u skladu s Pariškim sporazumom.

„Svi moramo preuzeti odgovornost i pomoći u ograničavanju globalnog zagrijavanja na 1,5 °C, kako je definirano Pariškim klimatskim sporazumom – a tom smo pragu već sad preblizu”, izjavio je Carsten Knobel, izvršni direktor društva Henkel. „Stoga smo proširili svoje klimatske obveze kako bismo poduzeli konkretne mjere u cijelom našem lancu vrijednosti i tako do 2045. postigli nultu neto stopu emisija stakleničkih plinova.”

**Novi ciljevi za nultu neto stopu emisija obuhvaćaju emisije u cijelom lancu vrijednosti**

Za razliku od prethodnih klimatskih ciljeva društva Henkel, novi ciljevi za postizanje neto nulte emisije pokrivaju veći dio lanca vrijednosti. Ciljevi za emisije iz opsega 1 i 2 više se ne odnose samo na emisije iz proizvodnih procesa, već obuhvaćaju cijelu operativu, uključujući uredske prostore, skladišta, istraživanje i razvoj te vozni park.

Ciljevi smanjenja emisija u okviru opsega 3 odnose se na neizravne emisije društva Henkel koje nastaju i na početku i na kraju lanca vrijednosti. Osim emisija iz sirovina i ambalaže, novi znanstveno utemeljeni ciljevi uključuju, među ostalim, emisije iz logistike i zbrinjavanja proizvoda na kraju uporabnog vijeka. Nadalje, ciljevi se ne odnose samo na smanjenje emisija CO2, već obuhvaćaju svih sedam stakleničkih plinova definiranih Kyoto protokolom Ujedinjenih naroda.

„Nulta neto stopa emisija” podrazumijeva uklanjanje svih emisija stakleničkih plinova za koje su odgovorni ljudi kako bi se njihove razine uravnotežile. U skladu s korporativnim standardom za nultu neto stopu emisija inicijative SBTi to znači najmanje 90 postotno apsolutno smanjenje emisija u cijelom lancu vrijednosti (opseg 1, 2 i 3), i to provedbom mjera izravnog smanjenja, a zatim i mjera za neutralizaciju preostalih emisija, kao što su inovativne metode hvatanja ugljika.

**Maksimalno smanjenje emisija**

Društvo Henkel izravne mjere smanjenja emisija u svojim pogonima usmjerit će na povećanje energetske učinkovitosti, a preostalu potražnju za električnom energijom zadovoljit će povećanjem udjela energije iz obnovljivih izvora. Udio električne energije koju društvo Henkel kupuje iz obnovljivih izvora već iznosi 89 posto na svjetskoj razini. Društvo je nedavno ostvarilo važan cilj jer su svi proizvodni procesi njegove poslovne jedinice Consumer Brands u Evropi prešli na ugljično neutralnu energiju.

Kako bi unaprijedilo procjenu emisija CO2 na početku opskrbnog lanca, društvo Henkel pokrenulo je sveobuhvatan [program angažmana za svoje dobavljače u cijelom svijetu](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) pod nazivom „Climate Connect“. Cilj je programa potaknuti napredak dekarbonizacije duž lanca vrijednosti obiju poslovnih jedinica, i to prikupljanjem podataka o emisijama, zajednički definiranim djelovanjem u svrhu smanjenja emisija i stalnim unapređivanjem vještina dobavljača.

Osim toga, društvo nastoji dodatno povećati udio sastojaka s niskim emisijama te obnovljivih i recikliranih sirovina u svojim proizvodima široke potrošnje i tehnologijama ljepila.

Svojom strategijom održive ambalaže društvo Henkel dodatno doprinosi smanjenju emisija jer smanjuje količinu ambalažnog materijala i povećava udio alternativnih vrsta reciklirane i obnovljive ambalaže s niskim emisijama. Primjerice, [novi koncept ambalaže za patrone](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) ljepila za široku potrošnju društva Henkel znatno doprinosi smanjenju potrošnje djevičanske plastike jer se umjesto nje upotrebljava do 95 posto reciklirane plastike iz materijala recikliranog nakon uporabe (PCR). Ta se inicijativa provodi u cijeloj Europi.

Budući da se velik dio emisija iz opsega 3 proizvodi u fazi primjene proizvoda, društvo Henkel provodi ciljane informativne kampanje kako bi educiralo potrošače te ih potaknulo na odgovornije ponašanje. Iako društvo Henkel samo po sebi ne može izravno utjecati na te emisije, koje stoga nisu uključene u ciljeve za neto nultu stopu emisija, i dalje će se predano baviti edukacijom potrošača, primjerice u okviru inicijative „[Kreće od nas](https://www.itstartswithus.net/)”, koju provodi poslovna jedinica Consumer Brands. U sklopu kampanje potrošačima se daju praktični savjeti za resursno učinkovitiju upotrebu proizvoda u svakodnevnom životu.

Detaljnije informacije o klimatskim ciljevima društva dostupne su u [„Planu klimatske tranzicije”](https://www.henkel.com/resource/blob/1996374/ae595a699c8eff623c3bff356c45b0ac/data/henkel-climate-transition-plan.pdf) (Climate Transition Plan) društva Henkel.

**O društvu Henkel**

Sa svojim brendovima, inovacijama i tehnologijama, Henkel drži vodeće pozicije na svjetskim tržištima za industrijske i potrošačke proizvode. Poslovna jedinica Adhesive Technologies svjetski je predvodnik na tržištu ljepila, brtvila i funkcionalnih premaza. Zahvaljujući jedinici Henkel Consumer Brands, društvo je na vodećoj poziciji na mnogim tržištima i u mnogim kategorijama diljem svijeta, posebno u polju proizvoda za njegu kose te proizvoda za pranje rublja i održavanje kućanstva. Tri su najuspješnija brenda društva Loctite, Persil i Schwarzkopf. U fiskalnoj godini 2022. Henkel je ostvario prodaju od više od 22 milijarde eura i prilagođenu operativnu dobit od oko 2,3 milijarde eura. Povlaštene dionice društva Henkel dio su indeksa DAX na njemačkoj burzi. Održivost ima dugu tradiciju u društvu Henkel, a društvo ima jasnu strategiju održivosti s konkretnim ciljevima. Henkel je osnovan 1876. godine, a danas zapošljava raznolik tim od preko 50 000 ljudi diljem svijeta koji su ujedinjeni snažnom korporativnom kulturom, zajedničkim vrijednostima i zajedničkom svrhom: „Pioneers at heart for the good of generations”. Za više informacija posjetite internetsku stranicu [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

Kontakti

**Jelena Gavrilović Šarenac**

E-pošta: [jelena.sarenac@henkel.com](mailto:jelena.sarenac@henkel.com)

<http://www.henkel.hr>