



Μαδρίτη, 12 Ιουλίου 2018

Η είσοδος των βιώσιμων καλλυντικών στην ισπανική αγορά

Τα βιώσιμα καλλυντικά έφθασαν στην Ισπανία αργότερα, συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία, το 20% των καταναλωθέντων καλλυντικών έχει οικολογική πιστοποίηση, ενώ στην Ισπανία το ποσοστό αυτό αγγίζει μόλις το 1%.

Ο κ. Íñigo Larraya, υπεύθυνος για την εταιρική κοινωνική ευθύνη της L'Oréal Spain, στην παρουσίαση της πρώτης έκθεσης αειφορίας της επιχείρησης, Sharing Beauty With All, επισήμανε ότι η ισπανική θυγατρική της γαλλικής πολυεθνικής εταιρίας έχει κάνει σημαντικά βήματα για να ενισχύσει τη βιωσιμότητά της έως το 2020.

Η Ισπανία, ήταν η πρώτη χώρα του ομίλου L'Oréal, που είχε ουδέτερη στάση σχετικά με το ζήτημα της εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα (CO₂), τόσο όσον αφορά τα δύο εργοστάσια που υπάρχουν στο Burgos και στο Alcalá de Henares, όσο και στην έδρα της εταιρείας στη Μαδρίτη. Ο κ. Larraya τόνισε ότι στο Burgos κατάφεραν να μειώσουν τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά 100% σε σχέση με το 2005, ενώ παράλληλα αυξήθηκε η παραγωγή κατά 12%. Κατά συνέπεια, η εταιρεία είναι σε θέση να παράγει περισσότερο, με χαμηλότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

Σημειώνεται ότι το εργοστάσιο παραγωγής προϊόντων μαλλιών στο Burgos αποτελεί τη μοναδική εγκατάσταση της εταιρείας που έχει μειώσει τη συνολική κατανάλωση νερού κατά 55% σε σύγκριση με το 2005, καθώς χρησιμοποιεί νερό μόνο για ανθρώπινη κατανάλωση και ως πρώτη ύλη στα προϊόντα. Ένα σημαντικό ορόσημο για την L'Oréal είναι ότι, αν και παράγει πάνω από το 85% των 7.000 εκ. προϊόντων της συνολικής ετήσιας παραγωγής στις εγκαταστάσεις της, από το 2017 δεν αποστέλλει κανένα ακατέργαστο απόβλητο στο χώρο υγειονομικής ταφής, καθώς όλα δέχονται επεξεργασία, είτε για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας είτε για ανακύκλωση.

Έχοντας ως στόχο όλα τα εμπορικά σήματα να έχουν κοινωνικό ή περιβαλλοντικό όφελος μέχρι το 2020, ο όμιλος L'Oréal ανέπτυξε το πρώτο εργαλείο του τομέα μαζικής κατανάλωσης που επιτρέπει την αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων στη γραμμή παραγωγής των προϊόντων. Συγκεκριμένα, το 76% των προϊόντων που δρομολογήθηκαν ή ανανεώθηκαν το 2017 έχουν ήδη βελτιώσει το βιώσιμο προφίλ τους. Υπό αυτή την έννοια, το εργαλείο SPOT (Sustainable Product Optimization-Βιώσιμη Βελτιστοποίηση Προϊόντων) εμποδίζει την προώθηση των προϊόντων που δεν βελτιώνουν την αποτελεσματικότητά τους σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.



**ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ Ο.Ε.Υ. ΜΑΔΡΙΤΗΣ**

Ο κ. Lagraya επισήμανε ότι η εταιρεία επιθυμεί να μεταμορφώσει την αγορά ομορφιάς, μέσω ενός πιο βιώσιμου μοντέλου, γιατί η βιωσιμότητα δεν είναι μόνο αυτό που φαίνεται σε ένα προϊόν, στη συσκευασία του, στα συστατικά του, αλλά περιλαμβάνει και όλα όσα κρύβονται πίσω από αυτό. Ακόμη μέρος του σχεδίου είναι να μειωθούν οι άμεσες και έμμεσες εκπομπές κατά 25% έως το 2030, με τη δέσμευση ότι οι καταναλωτές θα εκπαιδευθούν κατάλληλα, ώστε να γνωρίζουν όλο και περισσότερο τη σημασία της ευθύνης απέναντι στο περιβάλλον.

Τέλος, η βιώσιμη καινοτομία είναι ίσως ο πιο σημαντικός άξονας, αφού μετατρέπει τον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσονται τα προϊόντα της εταιρείας από το σχεδιασμό τους στα εργαστήρια έως την πώληση και την ανακύκλωσή τους. Επισημαίνεται ότι με τη σειρά Botanicals de L'Oréal Paris, η οποία διαθέτει 100% ανακυκλώσιμη συσκευασία, με τη Source Essentielle με επαναφορτιζόμενα δοχεία που χρησιμοποιούνται σε κομμωτήρια, με τη χρήση αργού πετρελαίου και ανανεώσιμων πηγών από την Garnier και άλλες παρόμοιες ενέργειες, οι πωλήσεις αυξήθηκαν σε πολύ μεγάλο βαθμό. Εν κατακλείδι, κυρίαρχος στόχος της L'Oréal είναι να ηγηθεί της μετάβασης προς τη βιώσιμη κατανάλωση.