



Îmbunătățim viața de zi cu zi

Sustenabilitatea Electrolux în
2022 - Pe scurt



Grupul Electrolux - scurtă prezentare

Lider global în domeniul electrocasnicelor

Crearea de experiențe inovatoare pentru consumatori este factorul cheie necesar pentru o creștere profitabilă pe termen lung, dar și pentru a oferi utilizatorilor posibilitatea de a găti preparate delicioase, de a avea grijă de hainele lor, astfel încât să rămână ca noi mai mult timp și de a obține confortul și mediul sănătos dorit acasă.

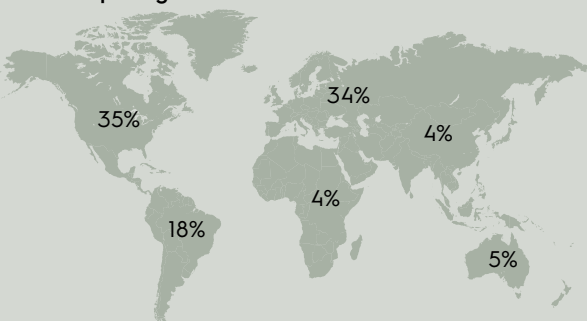
Creșterea profitabilă este posibilă și printr-o creștere constantă a eficienței operaționale prin digitalizare, automatizare și modularizare. Sustenabilitatea este parte integrantă a strategiei Grupului Electrolux. De asemenea, creșterea profitabilă este facilitată și de un bilanț solid.

Sediul central al Grupului Electrolux este situat în Stockholm, Suedia, iar acțiunile Grupului Electrolux sunt listate la bursa Nasdaq din Stockholm.

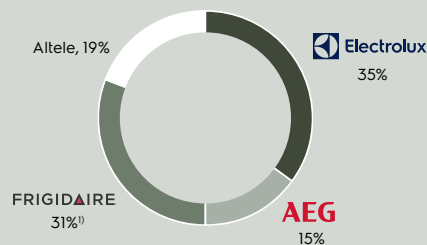


~60 milioane de produse vândute anual pe ~120 de piețe pentru vânzări de 135 miliarde SEK

Vânzări pe regiuni

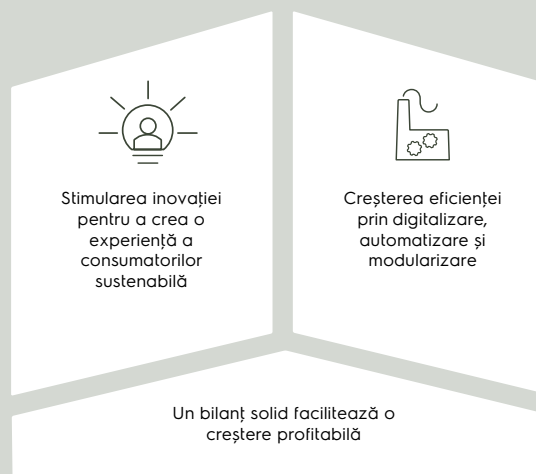


Vânzări pe mărci



¹⁾ Include Frigidaire Gallery și Frigidaire Professional.

Strategia de creștere profitabilă



Cele trei domenii de inovare

Gătire și refrigerare

64% din vânzări

Categorii de produse: aragaze, plite, cuptoare, hote, cuptoare cu microunde, frigider și congelatoare.

Îngrijire Țesături și veselă

29% din vânzări

Categorii de produse: mașini de spălat rufe, uscătoare și mașini de spălat vase.

Confortul și curățenia casei

7% din vânzări

Categorii de produse: aspiratoare, aparate de aer condiționat, boilere, pompe de căldură și electrocasnice mici.



Cuprins

Introducere	2	Abordarea noastră în acțiune	10	2022 pe scurt
Cadrul nostru de sustenabilitate	4	Privind către 2030	18	Grupul Electrolux s-a angajat de peste 100 de ani să îmbunătățească viața de zi cu zi, iar în prezent, a demarat un amplu proces de a deveni o companie cu adevărat sustenabilă. În 2022, Grupul Electrolux a fost recunoscută ca și companie de top la categoria de electrocasnice de folosință îndelungată de către Indicele de sustenabilitate Dow Jones (DJSI) și CDP.
Rezultate cheie 2022	6	Informații suplimentare	28	
Întrebări și răspunsuri cu Jonas Samuelson și Vanessa Butani	7	Efectele de-a lungul lanțului valoric	28	
Megatendințe globale care ne modelează afacerea	9	Etape cheie de sustenabilitate	29	
		Premii și distincții	30	



Citiți articolul complet aici
▶ Descărcați aici „Raportul de sustenabilitate 2022”.



„Depunem eforturi pentru a ne asigura că tot ceea ce facem ne ajută să devenim o companie cu adevărat sustenabilă.”

Jonas Samuelson, CEO Electrolux

„Pentru Grupul Electrolux sustenabilitatea nu este un detaliu sau o completare ulterioară, ci este o parte integrantă a activității sale.”

Vanessa Butani, vicepreședinte Sustenabilitate la nivel de Grup



Cadrul nostru de sustenabilitate

Cadrul nostru de sustenabilitate - For the Better 2030 - definește modul în care ne desfășurăm activitatea pentru a ne atinge obiectivele pentru 2030, și anume de a deveni o companie mai bună, de a găsi, soluții mai bune și de a avea o viață mai bună, dar și obiectivele noastre climatice. Cadrul include cele mai importante probleme de sustenabilitate pentru Electrolux și ne ajută să depunem toate eforturile pentru a ne atinge scopul de a îmbunătăți viața de zi cu zi.



O companie mai bună

Obiectivele noastre

- Să fim o companie neutră din punct de vedere climatic și să desfășurăm operațiuni curate, eficiente din punct de vedere al resurselor.
- Să acționăm etic, să fim lideri în domeniul diversității și să respectăm drepturile omului
- Să stimulăm sustenabilitatea lanțului de aprovizionare

Depunem eforturi continue pentru a fi o companie mai eficientă din punct de vedere al utilizării resurselor și pentru a deveni o companie mai sigură și mai etică - atât în ceea ce privește propriile operațiuni, cât și de-a lungul întregului lanț valoric:

- Depunem eforturi de a ne reduce amprenta prin desfășurarea de operațiuni eficiente în întreaga lume

- Vom câștiga încrederea tuturor celor afectați de operațiunile noastre, demonstrându-ne angajamentul față de etică, diversitate și drepturile omului prin declarațiile și acțiunile noastre.
- Produsele noastre sunt realizate în același mod de-a lungul întregului lanț global de aprovizionare - cu respect pentru oamenii care le-au făcut și grijă pentru mediul înconjurător.



Soluții mai bune

Obiectivele noastre

- Să fim lider în domeniul soluțiilor eficiente energetic și al utilizării resurselor
- Să oferim produse și soluții de afaceri cu circularitate ridicată
- Să eliminăm materialele dăunătoare

Satisfacerea cererii pieței globale în creștere de aparate electrocasnice, dar fără a crește impactul asupra mediului, ne impune să optimizăm și mai mult performanța produselor și să utilizăm mai eficient resursele:

- Producem electrocasnice mai eficiente, de înaltă performanță, care îi ajută pe consumatori să aibă o viață mai bună, să economisească bani și să-și reducă amprenta asupra mediului.

- Vom contribui în mod proactiv la economia circulară prin integrarea mai multor materiale reciclate în platformele noastre de produse, dar și printr-o abordare mai circulară a produselor și soluțiilor.
- Consumatorii noștri pot sta liniștiți că gestionăm cu atenție substanțele chimice și că le înlocuim pe cele care constituie motive de îngrijorare.



O viață mai bună

Obiectivele noastre

- Să facem din alimentația sănătoasă și sustenabilă alegerea preferată
- Să protejăm hainele pentru ca să reziste de două ori mai mult, dar cu jumătate din impactul asupra mediului
- Să facem fiecare casă un loc mai sănătos în care oamenii să se simtă bine, dar cu jumătate din amprenta de carbon

Ne propunem să îmbunătățim viața de zi cu zi și să o facem mai sustenabilă în întreaga lume prin promovarea unei alimentații mai bune, a unei îngrijiri mai bune a hainelor, dar și prin crearea unor medii mai bune acasă alături de consumatorii și partenerii noștri:

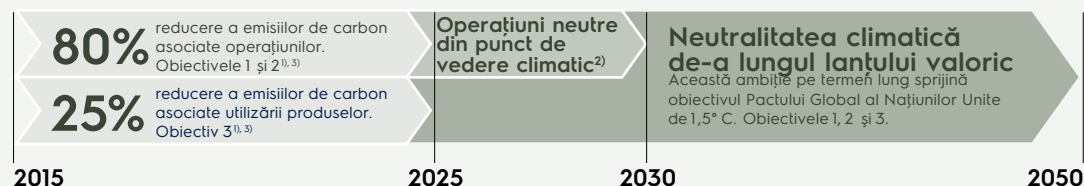
- Prin influențarea modului în care sunt utilizate produsele noastre putem reduce risipa alimentară, putem promova o alimentație mai eficientă din punct de vedere al utilizării resurselor, dar și stimula adoptarea de obiceiuri alimentare mai sănătoase și mai sustenabile.

- Putem contribui și mai mult la adoptarea de practici de spălat rufe mai sustenabile prin incorporarea soluțiilor inovatoare care sporesc eficiența proceselor de spălare și îmbunătățesc îngrijirea articolelor de îmbrăcăminte.

Planul Electrolux pentru neutralitate climatică

Planul nostru include obiectivul nostru bazat pe știință, care a fost aprobat de inițiativa Science Based Targets, precum și obiectivul nostru pentru operațiuni neutre din punct de vedere climatic din cadrul inițiativei Electrolux, For the Better 2030. De asemenea, include și angajamentul nostru de a contribui la obiectivul Pactului Global al Națiunilor Unite de 1,5°C (de a limita încălzirea globală la 1,5°C) prin dezvoltarea unui lanț valoric neutru din punct de vedere climatic până în 2050.²⁾

Ținte:



Grupul Electrolux are din 2018 un obiectiv bazat pe știință aprobat, ce se aliniază cu Acordul de la Paris (COP 21). Pentru a stimula măsurile interne de reducere a schimbărilor climatice în cadrul Grupului Electrolux, obiectivele de performanță au fost asociate obiectivului Grupului bazat pe știință în cadrul programelor de stimulare pe termen lung prin măsuri dedicate managerilor superiori.

1. Obiectiv bazat pe știință (SBT)

2. Obiectivul companiei (Obiectivul 1 + 2 = 0)

3. Include emisiile rezultate din utilizarea energiei și emisiile fugitive de gaze.





Rezultate cheie 2022



O companie mai bună

98%

din energie electrică utilizată în operațiunile globale provine din surse regenerabile



Soluții mai bune

24/39

Produsele noastre cele mai eficiente energetic și din punct de vedere al consumului de apă au reprezentat 24% din totalul unităților vândute și 39% din profitul brut.



O viață mai bună

Frigiderele cu Cooling 360

și ColdSense ajută la păstrarea proșpețimii alimentelor pentru mai mult timp și la reducerea risipei alimentare.

124,000

de oameni implicați în promovarea alimentației sustenabile din 2016.

70%

plastic reciclat în finisajele interioare ale noilor frigidere încorporabile.

Milioane de persoane

au beneficiat de campania globală de spălare sustenabilă a hainelor.

35%

din mărfurile transportate maritim au beneficiat de combustibili mai sustenabili.

4,000

de componente testate pentru conformitate chimică.

Primul aspirator fără vopsea

pentru a reduce consumul de substanțe chimice, energie și resurse materiale.

Reducerea emisiilor în 2022

Obiectivele 1 și 2^{1,2)}

82%

reducere comparativ cu 2015

1. Obiectiv bazat pe știință (SBT)

2. Include emisiile rezultate din utilizarea energiei și emisiile fugitive de gaze cu efect de seră.

Obiectivul 3¹⁾

>25%

reducere comparativ cu 2015



Implementarea strategiei noastre de afaceri sustenabile

Jonas Samuelson, președinte și director general executiv, și Vanessa Butani, vicepreședinte Sustenabilitate la nivel de Grup, vorbesc despre atingerea obiectivului climatic bazat pe știință al Grupului Electrolux cu trei ani înainte de termen și despre cum Electrolux a gestionat provocările în 2022 pentru a continua demersurile de atingere a obiectivelor inițiativei „For the Better 2030”.

Anul 2022 a fost un an cu multe provocări pentru multe companii din întreaga lume. Cum au fost afectate Grupul Electrolux și planurile sale de sustenabilitate?

Jonas: Ca urmare a scăderii cererii pentru produsele noastre, a trebuit să acordăm o mai mare prioritate investițiilor noastre cu o rambursare financiară mai rapidă și mai sustenabilă și să amânăm unele investiții cu beneficii pe termen mai lung. În ciuda acestui fapt, această situație a fost, de asemenea, și o oportunitate pentru noi să ne concentrăm pe ceea ce contează cu adevărat – să urmărim strategia companiei de sustenabilitate.

Vanessa: Exact, deși am luat recent măsuri pentru a putea trece cu bine de această perioadă cu multe provocări, am reușit să ne menținem obiectivele ambițioase de sustenabilitate și angajamentul nostru de a le atinge. Sunt mândră de rezultatele solide pe care le-am obținut.

Ce progres-cheie a înregistrat Electrolux în ultimul an?

Jonas: Este nemaipomenit că am reușit să ne atingem obiectivul climatic bazat pe știință pentru 2025 cu trei ani mai devreme prin reducerea emisiilor aferente obiectivelor 1 și 2 cu 82% și reducerea emisiilor aferente obiectivului 3 cu mai mult de 25% comparativ cu 2015.

Vanessa: Suntem foarte mândri că ne-am atins obiectivul, iar următorul pas este să stabilim detaliile următorului nostru obiectiv bazat pe știință.

Cât de departe a ajuns Grupul Electrolux în călătoria sa de sustenabilitate?

Jonas: Electrolux a făcut multe progrese în ultimii ani. Modul în care privim sustenabilitatea activităților noastre de zi cu zi a evoluat semnificativ, la fel și soluțiile oferite consumatorilor pentru a avea o viață mai sustenabilă. Sustenabilitatea a trecut de la respectarea reglementărilor guvernamentale și a eficienței produselor la ceva mult mai profund. A devenit parte din identitatea noastră, cine suntem și cum ne desfășurăm activitatea – pentru a deveni mai relevanți pentru consumatorii noștri și a face ceea ce trebuie. Sustenabilitatea, incluzând atât aspectele de mediu, cât și cele sociale, este cu adevărat un factor cheie al strategiei noastre, a monitorizării performanței și a transformării companiei noastre.

Vanessa: Așa este și aș dori să adaug că sustenabilitatea ajută la obținerea unor rezultate bune de afaceri – astfel, produsele noastre cele mai eficiente energetic și din punct de vedere al consumului de apă au reprezentat 24% din totalul unităților vândute și 39% din profitul brut în 2022.



„Sustenabilitatea ajută la obținerea unor rezultate bune de afaceri – astfel, produsele noastre cele mai eficiente energetic și din punct de vedere al consumului de apă au reprezentat 24% din totalul unităților vândute și 39% din profitul brut în 2022”.

Vanessa Butani



Ce ați dori să subliniați în ceea ce privește călătoria Electrolux către o producție mai sustenabilă?

Vanessa: Eforturile noastre de a avea operațiuni eficiente și neutre din punct de vedere climatic continuă. În 2022, 98% din energia electrică utilizată în operațiunile noastre globale a provenit din surse regenerabile. O altă realizare ce merită menționată este că în 2022, fabrica noastră Cerreto d'Esi din Italia a devenit prima fabrică a Grupului Electrolux care a înlocuit complet combustibilii fosili cu energie electrică regenerabilă pentru operațiunile sale de producție, eliminând astfel utilizarea gazelor naturale în cadrul fabricii. De asemenea, în 2022, 55% dintre fabricile noastre au fost certificate conform programului nostru „Zero Waste to Landfill”.

Ce soluții noi au fost lansate în 2022 pentru a ajuta consumatorii să aibă o viață mai sustenabilă?

Vanessa: Gama noastră de frigidere încorporabile include acum un nou ecometru, care ajută consumatorul să facă alegeri mai eficiente din punct de vedere energetic. În plus, finisajele interioare sunt acum fabricate din plastic reciclat în proporție de 70%. De asemenea, pentru gama de frigifrice am lansat soluții precum Cooling 360 și ColdSense, care ajută la menținerea proaspătății alimentelor pentru mai mult timp, dar și la reducerea risipei de alimente. În ceea ce privește electrocasnicele de îngrijire a țesăturilor, noile noastre mașini de spălat cu încărcare frontală economisesc în medie peste 450 de litri de apă pe an, comparativ cu o mașină de spălat cu încărcare verticală. Și ca premieră în industrie, am lansat și un aspirator fără vopsea pentru a reduce consumul de substanțe chimice, energie și resurse materiale.

Jonas: Aceste produse sunt excelente. În plus, Electrolux continuă să-și îndemne consumatorii să adopte un comportament mai sustenabil prin diverse soluții inovatoare de produse. Aș dori să menționez campania noastră globală - „Break the Pattern” (Ieși din tipar), care a dus la creșterea gradului de conștientizare în rândul a milioane de consumatori în ceea ce privește impactul „modei rapide” asupra mediului și cum putem să ne facem hainele să reziste mai mult.

Cum s-au implicat angajații Electrolux în demersurile de sustenabilitate de pe parcursul anului?

Jonas: Angajații noștri rămân un factor cheie în cadrul activității noastre de sustenabilitate și este esențial ca ei să rămână implicați în ceea ce facem în cadrul Grupului. Astfel, am lansat primul nostru curs de e-learning în domeniul sustenabilității la nivel de grup pentru îmbunătățirea cunoștințelor colegilor noștri și a ceea ce pot face în cadrul Grupului Electrolux.

Vanessa: Aș dori să adaug că rezultatele sondajului noului nostru pentru angajați - Vocea angajatului din cadrul Grupului Electrolux - au evidențiat unele progrese bune în ceea ce privește echilibrul dintre viață și muncă, dar și în ceea ce privește sănătatea și înțelegerea codului nostru de conduită. De asemenea, sondajul a evidențiat și buna percepție a eforturilor noastre referitoare la diversitate și incluziune în ceea ce privește egalitatea de șanse, incluziunea în echipă, nediscriminarea și apartenența.

Cât de importante sunt parteneriatele pentru Grupul Electrolux?

Jonas: În aceste vremuri dificile, este esențial să colaborăm cu organizații care au și susțin aceleași idei pentru a ne putea pune în comun cunoștințele și resursele cu scopul de promovare și accelerarea măsurilor de sustenabilitate.

Vanessa: Parteneriatele sunt importante pentru a ne dezvolta strategia de afaceri circulară și pentru a ne îndeplini strategia noastră de afaceri sustenabilă - de la transport și logistică până la materiale și modele de afaceri mai sustenabile.

Cum influențează reducerea schimbărilor climatice din cadrul programul de stimulente pe termen lung activitatea companiei de protecție a climei?

Jonas: Programul nostru de stimulente pe termen lung pentru managerii superiori Electrolux, care a fost asociat cu obiectivele noastre de sustenabilitate, a avut o contribuție cheie în cadrul planului nostru de sustenabilitate în 2022, dar și la reducerea emisiilor de carbon. Programul va fi important pentru îndeplinirea strategiei noastre de afaceri sustenabile în viitor.

Care sunt provocările de sustenabilitate ale Grupului Electrolux în 2023?

Jonas: Electrolux va continua să implementeze inițiativa sa „For the Better 2030”, care asigură abordarea holistică a sustenabilității de-a lungul lanțului nostru valoric. Știm ce performanțe am obținut în toate domeniile și unde trebuie să aducem îmbunătățiri. Statutul nostru de semnatar pe termen lung al Pactului Global al ONU rămâne un aspect important.

Vanessa: În 2023 vom continua să lucrăm la multe dintre temele deja abordate - de la adoptarea unei economii mai circulare și sustenabilitatea lanțului de aprovizionare, până la dezvoltarea de produse mai eficiente din punct de vedere al resurselor și responsabilizarea consumatorilor pentru a avea o viață mai sustenabilă. De asemenea, intenționăm să ne intensificăm activitatea de protecție climatică stabilindu-ne un nou obiectiv bazat pe știință.

Cât de importante sunt scopul, strategia și obiectivele Grupului Electrolux pentru activitatea sa de sustenabilitate în viitor?

Jonas: Sustenabilitatea este fundamentală pentru scopul nostru de a îmbunătăți viața de zi cu zi prin promovarea unei vieți mai sustenabile pentru milioane de oameni din întreaga lume. În opinia mea, punând accentul în această perioadă dificilă pe scopul nostru și pe strategia sustenabilă, contribuim la succesul pe termen lung al afacerii noastre.

Vanessa: Cadrul nostru de sustenabilitate „For the Better 2030” implică conceperea de operațiuni și soluții mai bune, încurajând în același timp adoptarea unei vieți mai bune de către consumatori, permițându-le să trăiască mai sustenabil. Este important să evidențiem aici demersurile Electrolux Food Foundation, care, din 2016 până în prezent, a interacționat cu peste 124.000 de oameni promovând o alimentație mai sustenabilă și sprijinindu-i pe cei aflați în situații dificile.



„Modul în care privim sustenabilitatea activităților noastre de zi cu zi a evoluat semnificativ, la fel și soluțiile oferite consumatorilor pentru a avea o viață mai sustenabilă”.

Jonas Samuelsson

Jonas Samuelsson

Vanessa Butani

Megatendințe globale care ne modelează afacerea

Lumea în care ne desfășurăm activitatea este în continuă schimbare datorită influenței megatendințelor globale, care creează provocări, dar și oportunități uriașe pentru compania noastră. Cadrul nostru de sustenabilitate - For the Better 2030 - ne ajută să gestionăm aceste megatendințe globale și să contribuim la obiectivele internaționale de dezvoltare sustenabilă, inclusiv obiectivele de dezvoltare durabilă ale ONU.

Megatendințe globale

Implicațiile pentru Grupul Electrolux

Date demografice

Tendințele demografice globale, cum ar fi creșterea populației, clasa de mijloc în creștere, îmbătrânirea populației și urbanizarea, cresc cererea de electrocasnice, ceea ce pune mai multă presiune asupra resurselor naturale și de energie. Potrivit Institutului Brookings, clasa de mijloc la nivel global va crește cu 700 de milioane de oameni până în 2030¹⁾. Globalizarea și maturizarea generației Z atrag atenția asupra inegalității la nivel global.

- Potențial semnificativ de creștere pe piețele emergente.
- Nevoia continuă de a îmbunătăți performanța de mediu a produselor
- Importanța tot mai mare a grupurilor de consumatori mai în vârstă și creșterea numărului de gospodării mai mici.
- Potențial pentru noi modele de afaceri, de ex. proprietate comună.
- Accent tot mai mare pe tratamentul echitabil al angajaților.

Resursele și limitele planetei

Există dovezi științifice că oamenii provoacă daune ireversibile sistemelor fragile ale planetei și că există o nevoie urgentă de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră și de a ne adapta la un climat în schimbare. De asemenea, există și o nevoie stringentă ca întreprinderile să funcționeze în limitele planetei și să dezvolte „modele de afaceri circulare”, care promovează eficiența utilizării resurselor, de exemplu, prin servicii de reparații, mentenanță și recuperare.

- Nevoia continuă de a îmbunătăți performanța de mediu a produselor.
- Presiune pentru reducerea consumului de apă în zonele care se confruntă cu deficite de apă.
- Concurență pentru metale și minerale.
- Importanța tot mai mare a soluțiilor circulare.
- Așteptările de a face mai mult decât cere legislația privind substanțele chimice.

Tehnologie și digitalizare

Noile tehnologii se extind rapid la nivel global, deciziile de cumpărare fiind din ce în ce mai des influențate de informațiile online și de rețelele de socializare. Internetul obiectelor (IoT) promite să conecteze miliarde de produse în viitorul apropiat.

- O responsabilizare mai mare a consumatorilor, alături de un grad mai ridicat de conștientizare necesită transparență și practici de afaceri sustenabile.
- Digitalizarea va conduce următorul val de eficiență operațională, inclusiv integrarea mai puternică cu furnizorii.
- Conectivitatea oferă oportunități pentru noile modele de afaceri, ceea ce duce la o eficientizare a utilizării resurselor.
- IoT permite crearea unei relații de durată între producători și consumatori, dar necesită standarde înalte de securitate și confidențialitate a datelor.



Electrolux și obiectivele de dezvoltare durabilă (ODD) ale ONU

ODD-urile oferă comunității globale un plan pentru combaterea provocărilor globale legate de sustenabilitatea economică, socială și de mediu. În calitate de lider în domeniul sustenabilității în industria de electrocasnice, Electrolux crede că poate contribui în primul rând la ODD-urile 8, 12, 13 și 17, care sunt strâns alinate cadrului nostru de sustenabilitate - For the Better 2030.

În continuare, acest raport va prezenta modul în care Electrolux contribuie la sustenabilitate și la aceste ODD-uri prin acțiunile sale.



Nr. 8 - Muncă decentă și creștere economică



Nr. 12 - Consum și producție responsabile



Nr. 13 - Politici climatice



Nr. 17 - Parteneriat pentru atingerea obiectivelor

¹⁾ The World's Middle Class (2020-2030), <https://elements.visualcapitalist.com/the-worlds-growing-middle-class-2020-2030/>



Abordarea noastră în acțiune

Cazurile prezentate în continuare ilustrează modul în care acționăm pentru a îndeplini cele nouă obiective ale inițiativei Electrolux, For the Better 2030, precum și obiectivele noastre climatice la nivelul întregii companii.



Încurajarea consumatorilor de a adopta obiceiuri mai sustenabile de îngrijire a articolelor de îmbrăcăminte

Îmbrăcămintea ajunge să fie aruncată după ce a fost purtată în medie¹⁾ doar de zece ori. De aceea, în 2022 Grupul Electrolux a făcut apel la toată lumea să încerce să adopte o modă mai sustenabilă.

În deșertul Atacama din Chile peste 39.000 de tone metrice de îmbrăcăminte uzată din Europa, SUA și Asia sunt aduse în fiecare an, transformând o parte din acest deșert într-un cimitir al hainelor.²⁾

Ca parte a campaniei „Break the Pattern”, Grupul Electrolux s-a asociat cu brandul de modă suedez ecologic Rave Review pentru a crea o colecție de articole de îmbrăcăminte realizate exclusiv din haine recuperate din deșertul Atacama.

Prin colecția Atacama, campania a evidențiat valoarea articolelor de îmbrăcăminte uzate și a încurajat oamenii să-și schimbe obiceiurile în ceea ce privește aruncarea prematură a hainelor.

Adevărul despre spălătul hainelor

În perioada decembrie 2022 - ianuarie 2023, Electrolux a realizat un sondaj ce a cuprins 14.000 de adulți din 14 țări europene, ca parte a celei mai recente ediții a raportului „Truth About Laundry” (Adevărul despre spălătul hainelor).

Acesta a fost al treilea an consecutiv în care Electrolux a realizat acest sondaj, care are drept obiectiv monitorizarea atitudinilor și comportamentelor critice ale consumatorilor legate de mediu, cum ar fi temperaturile de spălare și nivelul de conștientizare în ceea ce privește particulele de microplastic.

De asemenea, cel mai recent sondaj a explorat și relația dintre creșterea costurilor energiei electrice și implicațiile asupra gospodăriilor și a planetei.

Al treilea raport „Truth About Laundry”, care este disponibil din aprilie 2023, prezintă datele pe țări și le analizează prin prisma diferitelor criterii demografice, inclusiv vârstă, sex, stare civilă, regionalitate și componența gospodăriei.

Analizând datele în acest fel, am putut identifica tendințele și oportunitățile de a încuraja adoptarea de practici de spălat rufe mai sustenabile.

De la primul raport „Truth About Laundry” din 2020, raportul și-a câștigat renumele de cel mai extins și mai cuprinzător sondaj de acest gen din lume.

Pentru ca hainele să reziste mai mult timp

„Ne-am stabilit ca misiune să protejăm hainele ca să reziste de două ori mai mult, dar cu jumătate din impactul asupra mediului până în 2030.

De aceea, am depus eforturi să dezvoltăm soluții care să asigure o îngrijire mai bună a articolelor de îmbrăcăminte, dar care să permită în același timp oamenilor să consume mai puțină energie și apă la spălătul rufelor”, explică Elisa Stabon, manager de Dezvoltare a experienței CXArea Care. „Cu pași mici și utilizând cât mai bine tehnologiile disponibile, cu toții ne putem proteja hainele preferate mai mult timp, contribuind în același timp la o modă mai sustenabilă”.

În 2022, Grupul Electrolux – sub marca sa premium AEG – a lansat o nouă gamă de mașini de spălat și uscătoare de rufe care reglează automat timpul, cantitatea de apă și consumul de energie. De asemenea, noul filtru suplimentar captează până la 90% din particulele de microplastic provenite de la îmbrăcămintea sintetică.

În plus, Grupul Electrolux a extins mai multe tehnologii și soluții care ajută la păstrarea articolelor de îmbrăcăminte ca noi pentru mai mult timp – pentru a contribui la o modă mai sustenabilă.

De exemplu:

- Utilizarea unui design al tamburului mașinii de spălat tip „pernuțe”, care face hainele să alunece ușor pe suprafața acestuia, în combinație cu funcționalitatea îmbunătățită a ciclului, ce asigură o îngrijire semnificativ mai delicată a țesăturilor pentru a reduce uzura articolelor de îmbrăcăminte.
- Soluția UniversalDose și mașinile de spălat rufe ColourCare oferă rezultate excelente de spălare la utilizarea ciclurilor scurte și la temperaturi scăzute.
- Uscătorul de rufe CycloneCare cu tehnologie inovatoare 3DSense previne uscarea excesivă, ceea ce ajută la păstrarea formei, a aspectului și a senzației la atingere a hainelor, chiar și a celor delicate.

Mai puțină energie, apă și detergent

Având mai multă grijă de hainele noastre, putem reduce și impactul asupra mediului al obiceiurilor noastre de spălat rufe.

Spălând mai rar și cu încărcături complete, utilizăm mai puțină energie, apă și detergent, iar trecerea de la o spălare la 40 de grade C la 30 de grade C reduce consumul de energie cu până la 30% – toate acestea asigurând o curățare mai delicată a articolelor noastre de îmbrăcăminte, prelungindu-le durata de utilizare.



Iar atunci când hainele au ajuns cu adevărat uzate și nu pot fi reparate, reciclate sau donate, acestea pot fi predate unei companii dedicate de reciclare a hainelor.

Împreună putem face o schimbare și putem crește acel 1% de țesături reciclate și utilizate în haine noi la nivel global!

¹⁾ Electrolux. The Truth About Laundry. Stockholm: Electrolux, 2021. https://admin.betterlivingprogram.com/wp-content/uploads/2021/02/Electrolux_TheTruthAboutLaundry_WhitePaper-1.pdf

²⁾ Ellen MacArthur Foundation. A new textiles economy: Redesigning fashion's future 2017. Isle Of Wight: Ellen MacArthur Foundation. <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>

Reimaginarea bucătăriei pentru o alimentație mai sustenabilă



În 2022, Grupul Electrolux a introdus conceptul GRO – un concept menit să reinventeze bucătăria ce încurajează dezvoltarea de noi produse și soluții care să le permită oamenilor să se bucure de alimente într-un mod mai sustenabil atât pentru sănătatea lor, cât și pentru planetă.

Hrana este esențială pentru menținerea sănătății, dar are un impact uriaș asupra ecosistemelor din întreaga lume.

„GRO este un concept de viitor care ajută la încurajarea dezvoltării de produse noi – astăzi, acum”, explică Nick Sakellariou, Manager superior Inovație. „Conceptul ajută la reimaginarea soluțiilor și la stimularea inovației de produse pentru o alimentație mai sustenabilă”. „Gro” înseamnă „a încolți” în suedeză.

Conceptul contribuie la această ambiție prin dezvoltarea de soluții modulare, ce utilizează senzori avansați și inteligență artificială, bazate pe știința comportamentală.

„GRO se referă la explorarea modului în care produsele noastre pot contribui la o alimentație mai sănătoasă și sustenabilă, luând în considerare întreaga durată de viață, impactul pozitiv în timpul fazei de utilizare, precum și modul în care încurajăm alegerile alimentare mai bune”, declară Sakellariou.

Stimularea inovației în bucătăria mai ecologică

Cercetările arată că până la 60% din oameni aruncă mâncare cel puțin o dată pe săptămână. Motivul principal este depășirea termenului de valabilitate, dar risipa alimentară se datorează și alterării mult prea rapidă a alimentelor proaspete.

Grupul Electrolux inovează constant pentru a dezvolta noi produse care să încurajeze adoptarea de obiceiuri alimentare mai sustenabile. De exemplu, cuptoarele cu abur, care rețin până la 90% din vitamina C din broccoli în comparație cu procesul de fierbere.

De asemenea, Grupul Electrolux – sub marca AEG – a lansat și noua sa gamă de frigidere și combine care reduc risipa alimentară. Această gamă include frigiderul GreenZone/GreenZone+ 7000, un frigider unic cu finisajul interior ce conține până la 70% plastic reciclat și cu un sertar pentru legume special care menține umiditatea ideală pentru a păstra vitaminele din legume și verdețuri pentru mai mult timp.

Grupul Electrolux, a lansat în 2022 sub marca sa Frigidaire din America de Nord, frigiderul SXS. Produsul a fost premiat cu locul #1 pe site-ul reviewed.com pentru eficiența energetică ridicată.

Tehnologia cu inducție, care permite gătirea alimentelor mai eficient, a fost introdusă în mai multe game din regiunea Asia Pacific pentru a promova trecerea la gătirea mai sustenabilă.

Dezvoltarea de ambalaje mai sustenabile pentru electrocasnice

La Electrolux, depunem eforturi pentru a reduce impactul asupra mediului al ambalajelor folosite, asigurându-ne în același timp că aparatele electrocasnice sunt pe deplin protejate pe parcursul transportului către consumator.

Grupul de lucru global privind ambalajele din cadrul Grupului Electrolux are rolul de a dezvolta ambalaje mai sustenabile, dar care își îndeplinesc și funcția principală – de a proteja produsele.

În 2022, echipa a dezvoltat proceduri și instrumente globale care vor sprijini în mod constant proiectarea și dezvoltarea de soluții de ambalare pentru toate liniile de produse și zonele de afaceri ale Grupului Electrolux.

„Echilibrul dintre sustenabilitatea și funcționalitatea ambalajului este complex”, spune Maria Chiara Frija, expert inovare materiale sustenabile, care se ocupă în principal de ambalaje. „Căutăm soluții de ambalare mai sustenabile, care să fie rentabile și să ofere o protecție excelentă, reducând în același timp impactul asupra mediului, promovând circularitatea și reducând emisiile de carbon”.

Reinventarea ambalajelor sustenabile pentru electrocasnicele mari

Echipa Electrolux s-a concentrat mai întâi pe înlocuirea polistirenului expandat (EPS) cu ambalaje pe bază de hârtie, dar a constatat că acest lucru a dus de fapt la creșterea impactului asupra mediului în unele cazuri, cum ar fi pentru produsele grele și cele fragile.

„Ambalarea electrocasnicilor mari doar cu materiale pe bază de hârtie necesită mult carton și am constatat că amprenta de carbon și cantitatea de deșuri generate pot fi de fapt mult mai mari decât în cazul EPS”, explică Frija. „De asemenea, simulările noastre exigente de ambalare au concluzionat că materialele pe bază de hârtie nu protejează suficient electrocasnicele mari, în special în anumite condiții de mediu, cum ar fi umiditatea ridicată”.

Echipa lucrează în prezent la integrarea mai multor materiale reciclate în ambalaje utilizate fără a compromite însă protecția aparatelor. Aceste materiale includ carton, EPS și folie de polietilenă cu conținut reciclat.

„Trecerea la noi materiale cu conținut reciclat implică testarea riguroasă și rafinarea formulărilor de materiale pentru a le menține capacitatea de protecție”, declară Frija. „De asemenea, reproiectăm ambalajele pentru a reduce cantitatea totală de ambalaje pe care o folosim, precum și pentru a construi o bază solidă de aprovizionare și a utiliza materiale cu o amprentă de carbon mai mică”.

Ambalaje mai sustenabile pentru electrocasnicele mici

Dezvoltarea soluțiilor de ambalare pe bază de hârtie fără EPS pentru aparatele mici s-a dovedit mai ușoară datorită greutateii și dimensiunilor mai mici ale aparatelor.

În 2022, Grupul Electrolux a depus eforturi pentru a dezvolta ambalaje mai sustenabile pentru electrocasnicele mici, bazate pe ambalaje din carton maro cu imprimare în patru culori.

„Ambalajul utilizează peste 70% mai puțină cerneală, include certificarea Forest Stewardship Council (FSC) și a redus semnificativ costurile”, declară Ella Rudebeck, Manager Global Ambalare.

De asemenea, echipa a redus la jumătate numărul de variante de ambalare, folosind autocolante pentru a diferenția produsele din aceeași gamă. Acest lucru ajută la evitarea risipei de ambalaje, deoarece aceeași cutie poate fi folosită pentru mai multe produse. Noul ambalaj a fost lansat în martie 2023.

„Știm că dorința consumatorilor este de a avea ambalaje sustenabile care să poată fi reciclate”, spune Rudebeck. „Trecerea la ambalaje mai sustenabile va deveni o necesitate în viitor. Acest lucru înseamnă că ne menținem înaintea oricărei legislații mai stricte care ar putea fi introdusă în viitor privind ambalajele nesustenabile”.



Noul ambalaj al Grupului Electrolux pentru electrocasnice mici conține cu 70% mai puțină cerneală.

Ne sprijinim angajații să facă ceea ce este corect

O nouă campanie pentru promovarea codului de conduită Electrolux a fost lansată în 2022 pentru a dezvolta cultura companiei de respectare a oamenilor și a tuturor drepturilor fundamentale ale omului.

Codul de conduită al Grupului Electrolux a fost promovat în cursul anului prin campania internă „Together Campaign” menită să încurajeze angajații să acționeze în conformitate cu codul. Campania și-a propus să creeze o cultură de care angajații să poată fi mândri și a inclus cursuri online, reuniuni formale și exerciții de grup, cum ar fi discutarea dilemelor teoretice pentru a crește gradul de conștientizare a unor subiecte importante.

„În rândul colegilor noștri există un sentiment puternic că Grupul Electrolux este o companie bună și etică”, spune Malin Ekefalk, Manager Responsabilitate Socială și Investiții Comunitare. „Depunem eforturi în mod constant pentru a ne menține standardele etice prin comunicare, instruire și monitorizare”.

„Este vorba de crearea unei companii pentru de care fiecare dintre noi să fie mândru – unde tot ceea ce facem este condus de etică și de respectul față de ceilalți”, declară Monica Leinstedt, vicepreședinte Relații de Muncă, Etică și Bunăstare. „Respectarea Codului nostru de conduită este responsabilitatea fiecăruia pentru a crea o cultură de încredere și un mediu incluziv”.

Sondajul „Vocea angajatului” din 2022 a indicat un nivel ridicat de cunoaștere a codului de conduită în rândul angajaților Grupului Electrolux. Aceștia și-au evaluat cunoștințele despre codul de conduită atingând un scor de 88 (scor mediu pe o scară de la 1 la 100).

În cursul anului 2022, au fost desfășurate sesiuni de instruire față-în-față pentru angajații care se confruntă cu riscuri antitrust. De asemenea, au fost efectuate și sesiuni de formare specifice aprofundate cu echipele locale de conducere.

Încurajarea unei culturi etice

Toată lumea vrea să lucreze pentru o companie care sprijină oamenii și face ceea ce este corect – chiar și atunci când acest lucru nu este ușor. Unul dintre fundamentele companiei pentru a face ceea ce este corect este respectul pentru drepturile omului și alinierea la toate convențiile internaționale cheie și la Pactul Global al ONU.

Sentimentul în rândul angajaților de a fi o companie cu standarde etice înalte duce la o cultură în care oamenii acționează în consecință. „Este un fel de cerc virtuos: dacă avem încredere că lucrăm într-o

companie cu standarde etice înalte, atunci ne simțim încurajați să ne comportăm în consecință. Și astfel ajungem să creăm o companie mai etică”, spune Leinstedt.

„Dar acesta este un proces continuu și nu putem să ne complacem cu prima reușită”, spune Ekefalk. „Când vine vorba de respect pentru oameni, trebuie să depunem eforturi continue pentru a promova o cultură unde comportamentul față de ceilalți care nu corespunde standardelor noastre este rapid remediat”.

Un exemplu este modul în care Grupul familiarizează pas cu pas afacerile nou achiziționate cu valorile și standardele sale privind modul de comportament față de colegi. De asemenea, Electrolux pune accent pe valoarea diversității noilor culturi și naționalități cu care contribuie noii membri.

„Mă simt mândru că lucrez pentru o companie care are ca fundament respectul pentru oameni. Cred că asta înseamnă respectul pentru oameni cu adevărat – să dezvoltăm continuu o cultură de care toată lumea poate fi mândră că face parte din ea”, spune Leinstedt.

Pentru mai multe informații, consultați obiectivul „Să acționăm etic, să fim lideri în domeniul diversității și să respectăm drepturile omului”.

88

Scorul evaluării angajaților cu privire la cunoașterea și înțelegerea codului de conduită (scor mediu pe o scară de la 1 la 100).



Parteneriat pentru transport ecologic

Parteneriatul cu companiile de transport maritim, logistică și transport rutier ajută Grupul Electrolux să reducă impactul asupra mediului al transportului mărfurilor sale în întreaga lume.

Parteneriatele stimulează eforturile Grupului Electrolux de a-și înjumătăți emisiile datorate transportului până în 2025. Până la sfârșitul anului 2022, compania și-a redus emisiile datorate transportului rutier și maritim cu 20% și, respectiv, cu 34% comparativ cu 2015.

Alimentarea transportului maritim cu ulei de gătit uzat și GNL mai curat

Două noi acorduri cu companiile maritime Maersk și CMA-CGM pentru utilizarea de combustibili mai sustenabili au îmbunătățit eficiența CO₂ cu 12% și au redus emisiile absolute cu 20% în 2022.

Acordul cu Maersk presupune utilizarea unui biocombustibil de a doua generație, care include ulei de gătit uzat și generează cu 85% (88%) mai puține emisii de gaze cu efect de seră în comparație cu combustibilul obișnuit pentru nave. Acordul CMA-CGM utilizează o soluție de gaz natural lichid (GNL) mai curat bazată pe garanția de origine a biometanului, ceea ce reduce emisiile de gaze cu efect de seră cu cel puțin 25%.

În 2022, Grupul Electrolux s-a alăturat inițiativei „Cargo Owners for Zero Emission Vessels” (coZEV) împreună cu alte 18 companii, Institutul Aspen și proprietarii de companii de transport mărfuri lideri în domeniul climatic. coZEV este o platformă de colaborare condusă de proprietarii de companii de transport mărfuri, care le permite clienților de transport maritim să se reunească și să-și folosească puterea mărcilor și economiile de scară pentru a accelera decarbonizarea transportului maritim.

„Prin aderarea la rețeaua coZEV, dorim să subliniem că vom continua demersurile în colaborare cu cei din industrie pentru a obține un transport maritim cu emisii zero”, spune Vanessa Butani, manager Sustenabilitate. „Parteneriatele importante cu lideri cu idei similare din fiecare sector, care sunt dedicați investițiilor în soluții climatice inovatoare și de impact, reprezintă cheia succesului nostru”.

Colaborarea pentru un transport rutier fără emisii

Grupul Electrolux și-a unit forțele cu producătorii de vehicule comerciale pentru a folosi la transport camioane electrice în Suedia, Italia, Ungaria și Germania. În Brazilia, Argentina și Chile, Electrolux America Latină și partenerii săi au lansat utilizarea de camioane pe biogaz pentru transportul pe distanțe lungi, ceea ce a redus emisiile vehiculelor cu 90% în comparație cu camioanele diesel.

„Prin colaborarea cu partenerii noștri de transport și logistică, avem o oportunitate excelentă de a face o diferență”, declară Jonas Samuelson, CEO al Grupului Electrolux. „Facem apel la restul industriei transporturilor grele să colaboreze cu noi pentru a accelera schimbarea pe piețele din întreaga lume”.

Călătorii de afaceri mai eficiente

În 2022, Grupul Electrolux a lansat o nouă abordare pentru a face călătoriile de afaceri la nivel mondial mai sustenabile. Astfel, se recomandă evitarea călătoriilor neesențiale și reducerea emisiilor prin luarea de decizii eficiente din punct de vedere al emisiilor de carbon cu partenerii preferați. De asemenea, abordarea include și o taxă „Better Travel”, bazată pe emisii, care presupune un preț pentru emisiile de carbon datorate zborului rezervat. Această taxă a fost implementată pentru a sprijini inițiative precum investițiile în biodiversitate în ceea ce privește combustibilul sustenabil în aviație.

20%

reducere a emisiilor globale ale Grupului Electrolux datorate transportului rutier în 2022.

Christian Levin, CEO Scania și Jonas Samuelson, CEO al Grupului Electrolux





Carla De Luca,
Manager senior
Program Achiziții la nivel
de grup

Grupul Electrolux a fost
singurul membru CDP cu o
rată de răspuns a furnizorilor de

100%

în 2022

(dintre peste 250 de
clienți cu peste 150 de
furnizori implicați)

A deveni lider în sustenabilitatea lanțului de aprovizionare

O abordare holistică bazată pe crearea de valoare și implicarea duce la achiziții sustenabile de-a lungul întregului lanț de aprovizionare al Grupului Electrolux.

„O parte fundamentală a strategiei noastre este să ridicăm constant ștacheta în ceea ce privește munca, drepturile omului, sănătatea și standardele de siguranță de-a lungul lanțului nostru valoric, alături de furnizorii și partenerii noștri”, declară Ewerton Gruba, Manager Global Aprovizionare responsabilă. „O abordare holistică care să includă atât teme sociale, cât și de mediu în cadrul lanțului nostru valoric este esențială pentru afacerea noastră”.

În 2022, a fost implementat la nivel global un model de punctaj pentru aprovizionarea responsabilă, care să fie utilizat în cadrul deciziilor de aprovizionare. Acest model recompensează și promovează buna performanță a furnizorilor în ceea ce privește sustenabilitatea și sprijină îmbunătățirea furnizorilor cu performanțe slabe.

Promovarea responsabilității climatice de-a lungul lanțului de aprovizionare

„Având în vedere că emisiile datorate lanțului de aprovizionare al Electrolux sunt în medie de 12 ori mai mari decât emisiile operaționale, colaborarea cu furnizorii este absolut vitală pentru a ne reduce amprenta generală de carbon, mai ales că încercăm să atingem obiectivul de emisii nete zero de-a lungul întregului lanț valoric până în 2050”, declară Carla De Luca, Manager senior Program Achiziții la nivel de grup. „Abordarea noastră holistică a achizițiilor sustenabile ne asigură că luăm decizii mai bine informate pentru a face ca obiectivele companiei noastre de sustenabilitate să devină realitate”.

„În cadrul sesiunilor noastre de instruire dedicate furnizorilor, punem accentul pe creșterea gradului de conștientizare a faptului că sustenabilitatea poate să contribuie la reducerea costurilor, de exemplu, prin eficientizarea energetică și a resurselor”, afirmă De Luca. „Abordarea noastră bazată pe valoare a achizițiilor presupune o perspectivă mult mai largă asupra valorii, ce nu se limitează doar la cost, care este mai bună pentru afaceri, dar și pentru a avea o lume mai sustenabilă”.

Furnizorii au fost încurajați să înceapă să-și măsoare amprenta de carbon, să stabilească obiective de reducere a emisiilor și să înceapă să-și

reducă efectiv emisiile, ceea ce duce la beneficii climatice și îi ajută să-și reducă costurile. „Sunt foarte mândră de furnizorii noștri cu care am colaborat mult pentru a mă asigura că se aliniază cu abordarea noastră de sustenabilitate”, spune De Luca.

Importanța implicării furnizorilor

Implicarea și colaborarea cu furnizorii au fost esențiale. În 2022, Grupul Electrolux a fost singura companie membră CDP din lume cu o rată de răspuns a furnizorilor de 100% (dintre peste 250 de clienți cu peste 150 de furnizori implicați).

„Deoarece companiile au o rată medie de răspuns de 65-70%, avem un avantaj clar atunci când interacționăm cu cei din lanțul nostru de aprovizionare”, susține De Luca. „De asemenea, colaborarea este importantă și pentru că ne permite să împărtășim cele mai bune practici și să ne valorificăm experiența și cunoștințele noastre – atât în cadrul Grupului Electrolux, cât și al furnizorilor noștri”.

Un alt exemplu de colaborare este programul de îmbunătățire a furnizorilor din Egipt, în cooperare cu Organizația Internațională a Muncii (ILO). Cinci furnizori de materiale ai Grupului Electrolux din Egipt au participat la o sesiune de trei luni de îmbunătățire și dezvoltare, ca parte a programului ILO SCORE – Susținerea întreprinderilor competitive și responsabile. Programul a fost condus de experți din industrie și a inclus sesiuni de instruire practică și un program de consiliere în fabrică.

„Sunt convins că tot ce este de învățat din acest proiect – de la modul în care proiectele de îmbunătățire sunt gestionate și implementate pentru a obține cele mai bune rezultate, până la identificarea efectivă a celor mai bune practici – poate fi documentat și utilizat în cadrul grupului”, spune Jorgen Lisspers Karlsson, Manager Aprovizionare responsabilă la nivel de grup. „Vom împărtăși cunoștințele obținute în cadrul viitoarelor noastre sesiuni de formare și pregătire și proiecte de dezvoltare internă din întreaga lume”.

Promovarea politicilor climatice

În calitate de lider climatic în industrie, cu un obiectiv ambițios de a avea operațiuni neutre din punct de vedere climatic până în 2030 și un lanț valoric neutru din punct de vedere climatic până în 2050, Grupul Electrolux promovează colaborarea internațională în domeniul politicilor climatice.

„Electrolux depune eforturi pentru a obține o reducere reală a emisiilor de-a lungul lanțului valoric – începând de la furnizori și propriile operațiuni până la transportul mărfurilor și utilizarea produselor Electrolux pe tot parcursul ciclului lor de utilizare”, explică Vanessa Butani, Manager Sustenabilitate la nivel de grup. În 2022, Grupul Electrolux a reușit să reducă emisiile datorate produsele sale vândute (emisiile asociate obiectivului 3) cu peste 25% față de 2015, iar emisiile sale absolute de gaze cu efect de seră asociate obiectivelor 1 și 2, directe și indirecte datorate operațiunilor, cu 82% față de 2015.

„Pentru a avea politici climatice mai ample, colaborăm proactiv cu diverși parteneri din cadrul lanțului valoric și participăm la diferite inițiative internaționale de sustenabilitate”.

Colaborarea la evenimentele ONU

În 2022, Grupul Electrolux a participat la evenimentul „Stockholm +50” organizat de Națiunile Unite la 50 de ani de la prima Conferință a Națiunilor Unite privind Mediul Uman din iunie 1972. Cea de-a 27-a Conferință a Națiunilor Unite privind schimbările climatice, Conferința părților (COP27) de la Sharm El Sheikh, Egipt, a fost ceaaltă întâlnire internațională importantă în domeniul climei la care Grupul Electrolux a participat în 2022.

În 2022, Grupul Electrolux a continuat să depună eforturi pentru realizarea planului prezentat inițiativei ONU „Cool Coalition” pentru a accelera eliminarea gazelor fluorurate din cadrul producției de produse noi și pentru a introduce gaze cu potențial redus de încălzire globală (GWP). Planul urmărește înlocuirea gazelor cu efect de seră cu impact ridicat din toate aparatele electrocasnice ale Grupului Electrolux până la cel târziu în 2023.

Poziție unică pentru a promova schimbarea prin intermediul consumatorilor

Întâlnirile ONU din 2022 au oferit Grupului Electrolux oportunități de a împărtăși experiențe, de a aduce consumatorii în centrul discuției și de a crea parteneriate cu alți lideri în materie de sustenabilitate.

„Avem o lungă tradiție în abordarea problemelor de sustenabilitate și climă, avem multe de spus și multe realizări de evidențiat”, spune Butani. „Simt că suntem cu adevărat unici cu soluțiile noastre și cu modul în care promovăm schimbările pozitive prin intermediul consumatorilor”.

Accent pe alimentația sustenabilă

Evenimentele ONU au evidențiat importanța creării unui sistem de alimentație mai sustenabil, cu mai puține deșeuri, cu o mai mare diversitate, cu adaptarea dietelor regionale, cu echitate alimentară și cu obiective privind sistemul alimentar social.

„Împreună cu partenerii noștri de-a lungul lanțului valoric care lucrează în domeniul producției și ambalării alimentelor, putem contribui cu adevărat, influențând modul în care consumatorii interacționează cu alimentele în casele lor”, conchide Butani. „Asta încercăm să facem prin produsele și soluțiile pe care le oferim consumatorilor. Cred că putem deveni un partener și mai important al lanțului valoric pentru un lanț alimentar mai sustenabil”.

Pentru mai multe informații despre cum Grupul Electrolux valorifică puterea parteneriatelor, consultați secțiunea „Studii de caz” privind decarbonizarea transportului maritim.



>25%

emisiile mai mici datorate produselor vândute comparativ cu 2015

Vanessa Butani,
vicepreședinte
Sustenabilitate la nivel
de Grup



O companie mai bună

Să fim o companie neutră din punct de vedere climatic și să desfășurăm operațiuni curate, eficiente din punct de vedere al resurselor >

Să acționăm etic, să fim lideri în domeniul diversității și să respectăm drepturile omului >

Să stimulăm sustenabilitatea lanțului de aprovizionare >

Să fim o companie neutră din punct de vedere climatic și să desfășurăm operațiuni curate, eficiente din punct de vedere al resurselor

Planul Electrolux până în 2030	Pașii următori
Reducerea amprentei noastre de CO ₂ cu 85% până în 2025 (nivel de referință 2015) și obținerea de operațiuni neutre din punct de vedere climatic până în 2030.	Continuarea aprovizionării și implementării utilizării energiei regenerabile în cadrul unităților noastre de producție pentru a atinge obiectivele de neutralitate climatică până în 2030 (obiectivele 1 și 2). 
Îmbunătățirea eficienței energetice a unităților de producție și depozitelor noastre cu încă 12,5% până în 2025 (nivel de referință 2020).	Continuarea certificării Green Spirit 2.0 și a schemei de certificare a managementului energetic 
Îmbunătățirea eficienței consumului de apă în cadrul unităților de producție cu 25% până în 2025 (nivel de referință 2020) în zonele care se confruntă cu deficite de apă, până când unitățile ating niveluri optime de eficiență.	Dezvoltarea de strategii pentru eficientizarea consumului de apă pe baza platformei WWF Water Risk Filter, cu accent pe regiunile cu risc ridicat. 
Creșterea proporției de plastic reciclat utilizat până la 65% până în 2025.	Continuarea creșterii proporției de energie electrică provenită din surse regenerabile certificate. Continuarea adoptării biocombustibililor și electrificării proceselor și analizarea posibilităților de încheiere a contractelor de achiziție de energie electrică. 
Obținerea certificării Zero Waste to Landfill de la terțe părți pentru toate unitățile de producție până în 2025.	Continuarea procesului de certificare. 

Provocări

- După mai mult de un deceniu de prioritizare a investițiilor cu perioade bune de rambursare, a devenit din ce în ce mai dificil să efectuăm îmbunătățiri continue ale eficienței energetice și a consumului de apă prin investiții cu perioade de rambursare acceptabile.
- Pe parcursul anului, pandemia de coronavirus a continuat să fie o provocare pentru operațiunile Electrolux.
- Eliminarea treptată a combustibililor fosili reprezintă o altă provocare în procesele ce necesită temperaturi ridicate, datorită lipsei de alternative viabile din punct de vedere tehnic și economic.

Să acționăm etic, să fim lideri în domeniul diversității și să respectăm drepturile omului

Planul Electrolux până în 2030	Pașii următori
Continuarea dezvoltării unei abordări la nivel de grup în ceea ce privește drepturile omului și asigurarea unui management puternic al problemelor legate de drepturile omului.	Continuarea evaluărilor locale și monitorizarea planurilor de acțiune rezultate în urma evaluărilor. Dezvoltarea în continuare a abordării de due diligence de-a lungul lanțului valoric. 
Dezvoltarea unei culturi organizaționale bazate pe etică, integritate și respect, asigurând o conducere care demonstrează și încurajează incluziunea și responsabilitatea. Acest lucru va promova un mediu în care oamenii se simt în siguranță să vorbească deschis.	Implicarea liderilor de la toate nivelurile în diverse activități pentru a dezvolta o cultură etică. Instruirea tuturor angajaților din toată organizația cu privire la codul de conduită și politicile cheie relevante. 
Luarea de măsuri proactive pentru ca diferitele elemente ale programului global de conformitate anticorupție să fie implementate în mod eficient.	Alinierea și consolidarea eforturilor de prevenire a corupției în cadrul companiei prin diverse metode. Acest lucru include implementarea politicilor și instrucțiunilor, cursurilor de instruire, auditurilor și anchetelor interne relevante. Accentuarea mesajului de toleranță zero pentru mită și corupție la nivelul întregii organizații. 
Grupul Electrolux va fi lider în domeniul sănătății și siguranței în industria de electrocasnice, indiferent de locația unde ne desfășurăm activitatea.	Continuarea reducerii frecvenței accidentelor. Obținerea certificărilor de siguranță pentru unitățile noastre de producție. 
Grupul Electrolux se angajează să dezvolte în continuare un mediu de lucru care să permită realizare de performanțe sustenabile și în care toți angajații să poată obține cele mai bune rezultate.	Finalizarea activităților de dezvoltare și definire a obiectivelor strategice și a KPI-urilor privind bunăstarea angajaților. 

Provocări

- Crearea de legături între culturi și practici locale diferite în cadrul unei organizații globale
- Cele mai semnificative riscuri pentru sănătate și siguranță apar în cadrul depozitelor și departamentelor tehnice și atunci când se lucrează cu contractanți externi.

Să stimulăm sustenabilitatea lanțului de aprovizionare

Planul Electrolux până în 2030	Pașii următori
Asigurarea conformității cu principiile Grupului Electrolux în rândul furnizorilor direcți de componente, produse finite, produse și servicii licențiate. Implicarea în geografii și teme cu prioritate ridicată în amonte pe lanțul de aprovizionare.	Utilizarea noii noastre strategii și organizări de aprovizionare pentru a crește acoperirea bazei noastre de aprovizionare și pentru a promova implicarea ambelor părți cu scopul de a stimula performanța furnizorilor, prin proiecte dedicate de îmbunătățire a furnizorilor. 
Asigurarea transparenței lanțurilor de aprovizionare cu minerale și materiale din zonele cu risc ridicat, depunând eforturi pentru formarea unui lanț de aprovizionare fără conflicte până în 2025.	Continuarea îmbunătățirii ratei de răspuns a furnizorilor în cadrul sondajelor noastre anuale și promovarea unui lanț de aprovizionare fără conflicte. 
Stimularea performanței de mediu a tuturor furnizorilor strategici pe criterii cheie, pentru a-i ajuta să devină neutri din punct de vedere climatic până în 2030, vizând reducerea emisiilor de carbon ale lanțului de aprovizionare până în 2050.	Creșterea proporției de furnizori care să se angajeze să raporteze la CDP. Inițierea cooperării cu furnizorii pentru abordarea riscurilor legate de resursele de apă. 
Dezvoltarea de parteneriate cu furnizori din toate categoriile care să contribuie la prioritățile de sustenabilitate ale Grupului Electrolux.	Extinderea utilizării instrumentelor de management al furnizorilor pentru principalii noștri furnizori, stabilirea obiectivelor de îmbunătățire și lansarea de proiecte pilot pentru furnizorii cheie selecți. Continuarea eforturilor de integrare a performanței în materie de sustenabilitate în evaluările furnizorilor. 
Reducerea la jumătate a emisiilor noastre din transport până în 2025.	Continuarea creșterii utilizării combustibililor din surse regenerabile și promovarea electrificării transportului rutier. Continuarea implementării cardurilor de punctaj de mediu în procesul de licitație pentru serviciile de transport dedicate. Colaborarea cu partenerii logistici pentru a face schimb de/discuta despre cele mai bune practici și pentru a implementa inițiative de reducere a emisiilor generate de transport. 

Provocări

- Asigurarea unei performanțe ridicate de sustenabilitate de-a lungul lanțului nostru valoric pe lângă furnizorii direcți.
- Adoptarea unei abordări de colaborare cu omologii din industrie pentru a iniția schimbări pozitive mai ample în rândul furnizorilor comuni.
- Monitorizarea și auditarea celor peste 1.700 de furnizori direcți.
- Furnizorii care nu au acces la energie regenerabilă și la modalități de transport mai sustenabile depun eforturi mari pentru a îndeplini obiectivele Electrolux de reducere a emisiilor de carbon.
- Politica locală și diferențele în cultura muncii pot fi obstacole în calea abordării temei de sustenabilitate.

 În grafic  Necesită măsuri suplimentare  Nu se află în grafic  Proiect care încă nu a început





Soluții mai bune

Să fim lideri în domeniul soluțiilor eficiente energetic și al utilizării resurselor >

Să oferim produse și soluții de afaceri cu circularitate ridicată >

Să eliminăm materialele dăunătoare >

Să fim lideri în domeniul soluțiilor eficiente energetic și al utilizării resurselor

Planul Electrolux până în 2030	Pași următori
Menținerea poziției de lider în domeniul eficienței produselor pentru categoriile și piețele cheie până în 2030.	Continuarea furnizării de produse mai eficiente pentru a îndeplini noile standarde stricte de eficiență energetică din UE și Brazilia. 
Continuarea dezvoltării de produse cu performanțe mai bune de mediu, cu accent pe eficiența energetică și a consumului de apă.	Continuarea integrării proceselor de performanță de mediu în cercetarea și dezvoltarea și planificarea produselor. 
Menținerea poziției de lider pe piața pentru produse eficiente prin integrarea sustenabilității în mărcile Grupului.	Utilizarea influenței la nivel global pentru a inspira și educa consumatorii cu privire la viața sustenabilă. 

Provocări

- Creșterea gradului de conștientizare în rândul consumatorilor cu privire la beneficiile utilizării unor produse mai eficiente, în special pe piețele ce nu utilizează etichete energetice.
- Având deja o eficiență ridicată a produselor în Europa, costul îmbunătățirilor ulterioare a produselor crește, în timp ce noi economii legate de eficiență sunt mai dificil de realizat.
- Diverse standarde de eficiență energetică din întreaga lume fac dificilă aplicarea celor mai bune practici la nivel mondial.
- Complexitatea gestionării datelor globale.

Să oferim produse și soluții de afaceri cu circularitate ridicată

Planul Electrolux până în 2030	Pași următori
Acolo unde este posibil, înlocuirea utilizării materiilor prime virgine cu materiale reciclate în produsele noastre.	Extinderea parteneriatelor strategice cu furnizorii. Valorificarea experienței din Europa în alte regiuni. Crearea unui plan defalcat pe etape cheie pentru atingerea obiectivelor pentru 2030. 
Creșterea proporției de plastic reciclat utilizat până la 50% până în 2030.	Axarea pe eforturile de achiziție și cercetare și dezvoltare care să permită introducerea plasticului reciclat în mai multe aplicații. Îmbunătățirea și dezvoltarea comunicării din jurul produselor Electrolux realizate din materiale reciclate. Adăugarea mai multor aplicații estetice. 
Reducerea amprente de carbon a oțelului în cadrul producției Electrolux, de exemplu prin creșterea cantității de oțel reciclat.	Continuarea utilizării experienței din America de Nord în alte regiuni și identificarea furnizorilor de oțel reciclat din afara Americii de Nord. Elaborarea unui plan pentru obținerea de oțel cu amprentă de carbon mai mică, inclusiv explorarea oportunităților de a utiliza oțel fabricat cu hidrogen în loc de cărbune. 
Identificarea și evaluarea modelelor de afaceri circulare relevante care pot fi extinse.	Continuarea identificării și evaluării inițiativelor cu scopul de a le extinde pe cele de succes. 

Provocări

- Asigurarea materiilor prime reciclate în mod constant, trasabil, sigur și de înaltă calitate, în volume suficiente.
- Asigurarea încorporării materialelor reciclate în noile platforme de produse.
- Optimizarea duratei de utilizarea a produsului într-un mod care să avantajeze consumatorul, Electrolux și mediul înconjurător.
- Găsirea de soluții de ambalare mai sustenabile, care să protejeze produsele.

Depășirea acestor provocări necesită parteneriate strategice cu parteneri de-a lungul lanțului valoric. De asemenea, uneori parteneriatele sunt necesare pentru a crea modele circulare de afaceri, care la rândul lor creează valoare comună pentru Grupul Electrolux și partenerii săi.



Să eliminăm materialele dăunătoare

Planul Electrolux până în 2030

Pașii următori

Implementarea unui sistem global de calitate pentru îmbunătățirea controlului substanțelor chimice de-a lungul lanțului complex de aprovizionare și colaborarea cu furnizorii pentru înlocuirea substanțelor chimice care prezintă motive de îngrijorare.

Extinderea acoperirii declarațiilor furnizorilor privind substanțele chimice în regiunile în care ne desfășurăm activitatea.



Ridicarea ștachetei cu privire la cerințele chimice, ținând cont de noile descoperiri științifice.

Actualizarea listei de materiale restricționate.



Eliminarea gazelor cu efect de seră cu impact ridicat din produsele noastre.

Continuarea eliminării treptate la nivel global a gazelor cu efect de seră cu impact ridicat din aparatele de aer condiționat, de conservare a alimentelor și îngrijire a țesăturilor.



Provocări

- Eliminarea treptată a substanțelor chimice acolo unde nu este susținută de reglementări.
- Finalizarea înlocuirii hidrofluorocarburilor (HFC) din aparatele de aer condiționat, acolo unde nu există soluții comune disponibile la nivel de industrie.
- Înlocuirea gazelor cu efect de seră cu impact ridicat trebuie promovată la nivelul întregii industrii, deoarece soluțiile depind de legislație pentru a facilita alternative viabile.





Să facem din alimentația sănătoasă și sustenabilă alegerea preferată >

Să protejăm hainele pentru ca să reziste de două ori mai mult, dar cu jumătate din impactul asupra mediului >

Să facem fiecare casă un loc mai sănătos în care oamenii să se simtă bine, dar cu jumătate din amprenta de carbon >



O viață mai bună

Să facem din alimentația sănătoasă și sustenabilă alegerea preferată

Planul Electrolux până în 2030	Pașii următori
Lansarea de soluții îmbunătățite de conservare a alimentelor, care să ajute la reducerea risipei alimentare și să mențină calitatea alimentelor.	Continuarea eforturilor de inovare și dezvoltarea de noi produse și soluții, care să ajute la reducerea risipei alimentare și să mențină calitatea alimentelor. 
Furnizarea de funcționalități consumatorilor, care să îi ajute să utilizeze mai eficient resursele alimentare în timpul gătitului.	Funcțiile intuitive pentru consumatori reprezintă pentru viitor un domeniu cheie de inovare în cercetare și dezvoltare. 
Lansarea de soluții de produse care să ajute la îmbunătățirea experiențelor în bucătărie pentru ca gătitul să fie mai sustenabil și la adoptarea unor obiceiuri alimentare mai bune prin oferirea de sprijin și sfaturi practice.	Electrolux lansează în mod continuu noi soluții care ajută consumatorii să adopte o alimentație mai sănătoasă și mai sustenabilă. 
Încheierea de parteneriate cu experți în alimentație și risipă alimentară pentru a încuraja diseminarea cunoștințelor și pentru a inspira oamenii din întreaga lume.	Continuarea dezvoltării parteneriatelor noastre existente și investigarea noilor oportunități de parteneriat. 
Încurajarea oamenilor să mănânce mai sănătos și mai sustenabil prin intermediul Electrolux Food Foundation – inclusiv prin educarea a 300.000 de oameni cu privire la alimentația sustenabilă până în 2030.	Continuarea eforturilor noastre alături de Electrolux Food Foundation și partenerii săi. 

Provocări

- Schimbarea obiceiurilor alimentare și de gătit bine înrădăcinate ale consumatorilor.
- Deși Electrolux este prezentă pe mai multe piețe, în unele zone geografice nu are acoperirea necesară pentru a-i ajuta pe cei care se află în dificultate.

Să protejăm hainele pentru ca să reziste de două ori mai mult, dar cu jumătate din impactul asupra mediului

Planul Electrolux până în 2030	Pașii următori
Sprijinirea consumatorilor pentru a prelungi durata de purtare a hainelor lor și a-și îngriji mai bine hainele în general.	Continuarea furnizării de produse, soluții și campanii care să ajute consumatorii să aibă grijă mai bine de îmbrăcămintea lor. 
Reducerea impactului asupra mediului a proceselor de îngrijire a îmbrăcămintei.	Continuarea dezvoltării de produse care să permită consumatorilor să își mențină hainele ca noi pentru mai mult timp. 

Provocări

- Livrarea de informații noi consumatorilor și schimbarea obiceiurilor învechite de spălat rufe ale acestora.
- Creșterea gradului de acceptare a noilor inovații din cadrul soluțiilor ce oferă consumatorilor șansa de a adopta obiceiuri mai bune de îngrijire sustenabilă a articolelor de îmbrăcăminte.



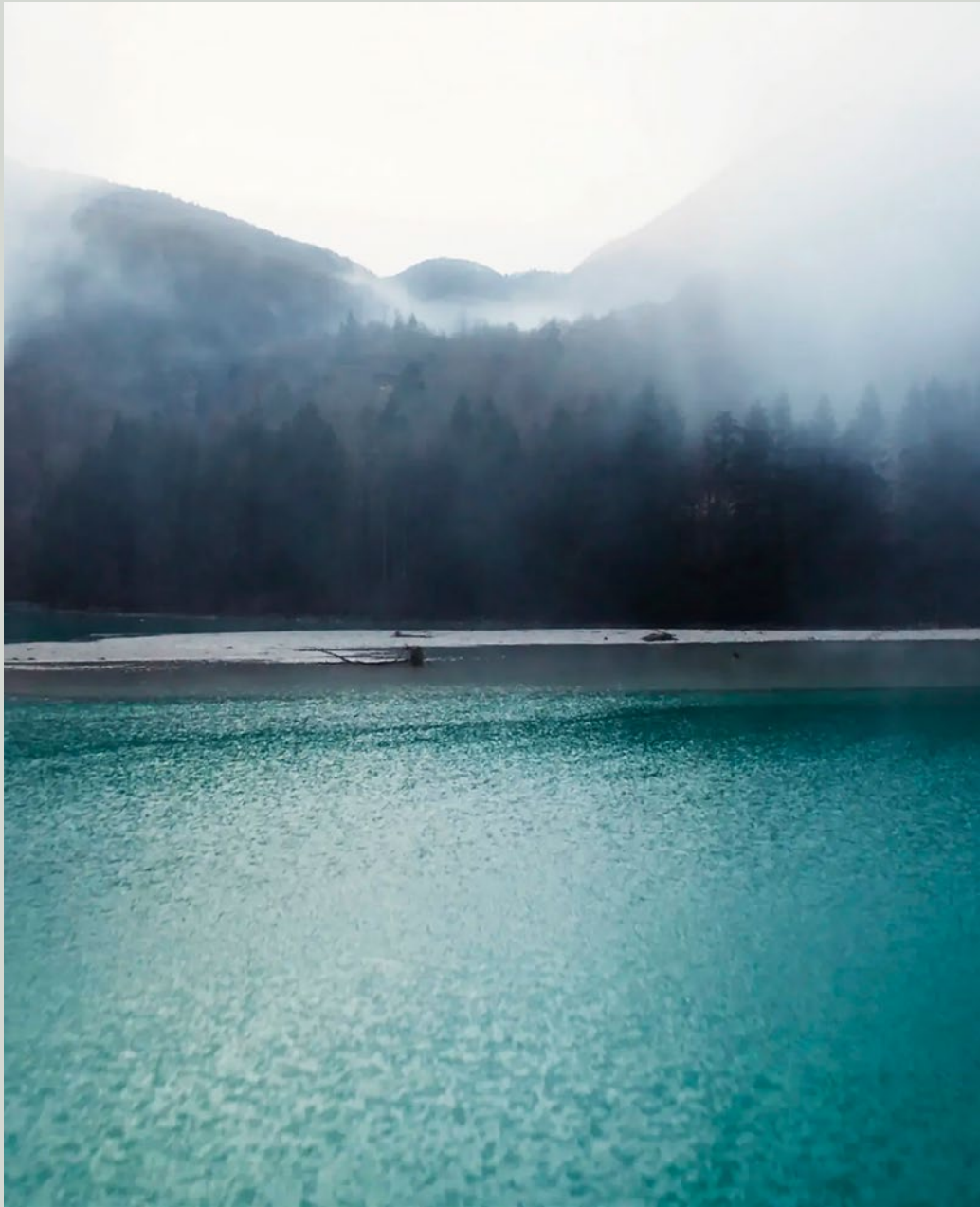
Să facem fiecare casă un loc mai sănătos în care oamenii să se simtă bine, dar cu jumătate din amprenta de carbon

Planul Electrolux până în 2030	Pașii următori
Promovarea obiceiurilor mai bune de îngrijire a casei, oferind soluții care să ghideze consumatorii în mod activ către adoptarea de obiceiuri mai sustenabile pentru îngrijirea casei lor.	Dezvoltarea în continuare de soluții care să permită consumatorilor și să îi încurajeze să adopte obiceiuri mai sustenabile de îngrijire la propriei case. ●
Continuarea campaniilor de creștere a gradului de conștientizare a problemelor referitoare la igiena aerului și a apei, pentru a asigura eficiența și disponibilitatea soluțiilor la scară largă.	Continuarea creșterii gradului de conștientizare cu privire la problemele de igienă a aerului și apei. Continuarea valorificării colaborărilor interprofesionale în contextul produselor pentru „confortul casei”. ●
Continuarea furnizării de inovații care să le permită consumatorilor să-și reducă impactul asupra mediului datorate utilizării produsului, cu scopul de a reduce decalajul dintre nevoia de confort și protejarea planetei.	Continuarea proceselor de inovare pentru a permite consumatorilor să-și reducă impactul asupra mediului. Consolidarea parteneriatelor cu furnizorii noștri pentru a asigura un răspuns unitar în ceea ce privește reducerea impactului asupra mediului. ●

Provocări

- Interacționarea cu consumatorii finali poate necesita o evoluție tehnologică și chiar juridică pe unele piețe.
- Creșterea adoptării de noi inovații prin intermediul soluțiilor tehnologice sustenabile de încălzire și răcire pe piețele cu obiective limitate.





Obiectivele climatice Electrolux

Până la sfârșitul anului 2022, am redus emisiile de gaze cu efect de seră asociate obiectivelor absolute 1 și 2 cu 82% față de 2015, ceea ce a depășit ținta noastră de reducere cu 80% a acestor gaze până în 2025. Emisiile noastre țintă bazată pe știință asociate obiectivului 3 au scăzut, de asemenea, cu peste 25% față de 2015. Progresul nostru în 2022 a beneficiat de ajutorul unor factori externi, cum ar fi provocările geopolitice, problemele lanțului de aprovizionare și volumele reduse.

Planul Electrolux până în 2030		Pentru mai multe informații, consultați obiectivele aferente	
Să fim lideri în domeniul eficienței produselor pe piețele cheie.	●	Să fim lideri în domeniul soluțiilor eficiente energetic și al utilizării resurselor	
Să eliminăm gazele cu efect de seră cu impact ridicat din produsele noastre.	●	Să eliminăm materialele dăunătoare	
Să îmbunătățim eficiența operațiunilor și a lanțului nostru de aprovizionare.	●	Să fim o companie neutră din punct de vedere climatic cu operațiuni curate, cu consum eficient de resurse	
Să creștem proporția de plastic reciclat utilizat până la 65% până în 2025.	●	Să fim o companie neutră din punct de vedere climatic cu operațiuni curate, cu consum eficient de resurse	

Provocări

- Creșterea gradului de conștientizare în rândul consumatorilor cu privire la beneficiile utilizării unor produse mai eficiente, în special pe piețele ce nu utilizează etichete energetice.
- Având deja o eficiență ridicată a produselor în Europa, costul îmbunătățirilor ulterioare a produselor crește, în timp ce noi economii legate de eficiență sunt mai dificil de realizat.
- Diverse standarde de eficiență energetică din întreaga lume fac dificilă aplicarea celor mai bune practici la nivel mondial.
- Complexitatea gestionării datelor globale.
- Eliminarea treptată a substanțelor chimice acolo unde nu este susținută de reglementări.
- Finalizarea înlocuirii HFC-urilor din aparatele de aer condiționat, acolo unde nu există soluții comune disponibile la nivel de industrie.
- Înlocuirea gazelor cu efect de seră cu impact ridicat trebuie promovată la nivelul întregii industrie, deoarece soluțiile depind de legislație pentru a facilita alternative viabile.
- După un deceniu de investiții prioritare cu perioade excelente de amortizare, în prezent este din ce în ce mai dificil să avem îmbunătățiri continue în ceea ce privește eficiența energetică și consumul de apă cu perioade acceptabile de amortizare.
- Pe parcursul anului, pandemia de coronavirus a continuat să fie o provocare pentru operațiunile Electrolux.
- Eliminarea treptată a combustibililor fosili reprezintă o altă provocare în procesele ce necesită temperaturi ridicate, datorită lipsei de alternative viabile din punct de vedere tehnic și economic.

Impactul de-a lungul lanțului nostru valoric

O privire de ansamblu asupra lanțului valoric din punct de vedere al sustenabilității ne ajută să identificăm modul în care ne putem gestiona cel mai bine impactul și să creăm valoare optimă. Această abordare permite identificarea oportunităților, reducerea sau îmbunătățirea impactului și înțelegerea limitelor. De asemenea, ne ajută să înțelegem modul în care acțiunile și impactul nostru sunt interconectate.

Ilustrația din dreapta reprezintă lanțul valoric al Grupului Electrolux. Această secțiune prezintă gradul nostru de influență și impact de-a lungul lanțului nostru valoric și oferă exemple ale valorii pe care o creăm.

	Crearea de valoare	Capacitatea de a influența	Impact
1. Dezvoltarea produsului Colaborarea strânsă între departamentele de Design, Marketing și Cercetare și Dezvoltare permite noilor produse să ofere consumatorilor cele mai bune experiențe și performanțe de mediu de top.	Produsele cu performanțe de mediu de top oferă clienților valoare în conformitate cu strategia noastră de afaceri, reducând în același timp impactul negativ asupra mediului.	Ridicată	Ridicat
2. Furnizori Colaborarea cu furnizorii ne protejează standardele și dezvoltă capacitățile furnizorilor de a-și îmbunătăți în continuare performanța în materie de sustenabilitate.	Aplicarea standardelor noastre sprijină drepturile omului și ridică standardele de mediu, de muncă și economice – în special pe piețele emergente.	Medie	Mediu
3. Operațiunile Grupului Electrolux Depunem eforturi pentru a reduce amprenta asupra mediului a operațiunilor noastre, pentru a menține condițiile de muncă și standardele etice la niveluri înalte, dar și pentru a influența în mod pozitiv comunitățile locale.	Electrolux generează beneficii sociale prin furnizarea de locuri de muncă, prin transferul de cunoștințe, crearea de oportunități economice și implicarea comunității locale.	Ridicată	Mediu
4. Transport Transportul bunurilor noastre emite mai mult CO ₂ decât consumul de energie al tuturor operațiunilor noastre.	Abordarea problemei emisiilor datorate transportului contribuie la atingerea obiectivelor noastre climatice și sprijină furnizorii în demersurile lor de îmbunătățire a standardelor de mediu și de muncă.	Medie	Mediu



	Crearea de valoare	Capacitatea de a influența	Impact
5. Vânzări Etichetarea energetică și de performanță, precum și comunicarea privind problemele de sustenabilitate ne permit să creștem gradul de conștientizare al consumatorilor cu privire la eficiența utilizării resurselor și produselor.	Promovarea transparenței și a ofertei noastre eficiente de produse contribuie la obiectivele de sustenabilitate ale comercianților și la alegeri mai sustenabile ale consumatorilor.	Scăzută	Ridicat
6. Utilizarea de către consumator Întrucât principalele efecte asupra mediului ale produselor noastre apar în timpul utilizării acestora, eficiența energetică a produselor și eficiența consumului de apă reprezintă prioritatea numărul 1 pentru Electrolux.	Furnizarea de produse eficiente, creșterea gradului de conștientizare al consumatorilor și creșterea conectivității aparatelor pot ajuta la contracararea emisiilor globale de CO ₂ în creștere, reducând în același timp risipa alimentară și uzura hainelor.	Scăzută	Ridicat
7. Sfârșitul ciclului de utilizare Legislația privind reciclarea electrocasnicelor a început să fie introdusă din ce în ce mai mult pe piețe, iar cercetarea noastră de piață indică faptul că reciclarea a devenit o prioritate majoră pentru consumatori.	Dezvoltarea de sisteme eficiente din punct de vedere al utilizării resurselor, cu circuit închis, crește gradul de reutilizare al materialelor și reduce cantitatea de deșeuri care ajung la gropile ecologice.	Scăzută	Mediu



Etape cheie de sustenabilitate

1991

Prima politică de mediu.

1999

Prima dată când Electrolux este inclusă în Indicele de sustenabilitate Dow Jones ca lider în domeniul sustenabilității în sectorul său industrial.

2003

Electrolux se alătură Pactului Global al ONU.

2011

Lansarea liniei de asistență pe probleme de etică.

2016

Înființarea fundației Electrolux Food Foundation și lansarea parteneriatului „Feed the Planet” alături de Worldchefs și AIESEC.

2021

Grupul Electrolux a fost recunoscut de către organizația globală non-profit CDP pentru acțiunile sale de leadership în domeniul sustenabilității, obținând un punctaj prestigios A pentru măsurile sale privind clima și resursele de apă, precum și pentru poziția sa de lider în cadrul inițiativei de implicare a furnizorilor.

1995

Primul Raport de mediu.

2002

Formalizarea angajamentelor de responsabilitate socială corporativă și implementarea codului de conduită la locul de muncă.

2004

Implementarea listei de materiale restricționate Electrolux.

2014

Noua țintă de carbon de reducere la jumătate a impactului nostru asupra climei până în 2021, comparativ cu 2005.

2018

Electrolux a fost una dintre primele 100 de companii cu un obiectiv bazat pe știință recunoscut că a îndeplinit obiectivele climatice ale Acordului de la Paris.



Premii și distincții

Performanța de sustenabilitate a Grupului Electrolux a ajutat la consolidarea relațiilor cu investitorii și consumatorii noi și existenți. Anul trecut, angajamentul nostru față de sustenabilitate a fost recunoscut de:



CDP pentru climat & apă

În 2022, Electrolux a fost recunoscută de către organizația globală non-profit CDP pentru spiritul de conducere de care a dat dovadă în domeniul sustenabilității, obținând prestigiosul calificativ „A” pentru măsurile sale privind clima și resursele de apă.

CDP este o organizație internațională non-profit, care administrează un sistem global de date pentru investitori, companii, orașe, state și regiuni.

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA

Indicele mondial de sustenabilitate Dow Jones

Grupul Electrolux a fost recunoscut și inclus ca lider în domeniul sustenabilității în raportul Dow Jones privind indicele de sustenabilitate (DJSI) la nivel mondial și european pentru industria bunurilor de folosință îndelungată.

Sustainability Yearbook
Member 2022

S&P Global

S&P Global

Grupul Electrolux a fost recunoscut de S&P ca fiind o companie dedicată sustenabilității în industria noastră.

Pentru a fi incluse în Anuar, companiile trebuie să se încadreze în primele 15% companii din industria lor și trebuie să obțină un punctaj S&P Global ESG (Environmental, Social, and Governance) (de mediu, sustenabilitate și guvernanta) care să le încadreze printre cele mai performante 30% companii din industrie. Punctajele CSA de la S&P reprezintă, de asemenea, și baza pentru includerea companiilor în prestigiosul raport Dow Jones privind indicele global de sustenabilitate (DJSI). Grupul Electrolux este membru DJSI la nivel mondial. Grupul Electrolux a avut onoarea de a fi inclus în Anuarul de sustenabilitate #SPG din acest an.

Pentru mai multe informații despre cum am primit această distincție, apăsați aici. ➤



