



L'ORÉAL ESPAÑA ACELERA EN SUS AVANCES SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES DURANTE 2021

- De aquí a dos años, L'Oréal España promoverá **la integración laboral de 1.300 personas en situación vulnerable** a través de programas de "solidarity sourcing" o iniciativas como 'Embellece tu Futuro' o la 'Escuela de Excelencia Industrial'.
- Este año, casi **100 mil personas** se han beneficiado en España de los programas sociales de las marcas del Grupo.
- La compañía ha mejorado **el impacto social y/o ambiental** de todos sus nuevos lanzamientos y formulaciones. Además, para 2025, **el 100% de los envases de plástico de sus 35 marcas internacionales** serán rellenables, reutilizables, reciclables o compostables y, **a partir de 2030, ya no utilizará plástico virgen**.
- El Grupo L'Oréal es la única compañía del mundo en haber **obtenido por 6 años consecutivos la calificación AAA en el ranking CDP de impacto en el entorno y recientemente, una de las máximas puntuaciones en sostenibilidad por S&P**.

Madrid, 20 de diciembre de 2021 – L'Oréal España hace balance de todos los logros conseguidos en 2021 en materia de impacto social y medioambiental como parte de su compromiso de sostenibilidad [L'Oréal for the Future](#), en un año que destaca por haber lanzado su propósito corporativo [La Belleza que Mueve el Mundo](#) y numerosas causas sociales y medioambientales de sus 35 marcas internacionales.

"Este año ha sido el de la aceleración en nuestros objetivos sostenibles junto a nuestros proveedores, socios y consumidores. No solo por el lanzamiento y consolidación de causas corporativas y de nuestras marcas sobre problemas que afectan a la sociedad española, como el acoso, la ansiedad y depresión, sino también por el trabajo en toda la cadena de valor, desde la reducción del plástico en nuestros envases a una logística más sostenible", afirma Juan Alonso de Lomas, CEO de L'Oréal España y Portugal.

Para 2030 más de un millón de personas se beneficiarán de los programas sociales de sus marcas:

- **'Brave Together' de Maybelline NY:** lanzada en 2021 **apoya a jóvenes que sufren ansiedad o depresión**. Más de 4.200 han recibido sesiones con psicólogos y a través del Teléfono de la Esperanza se han atendido 145.000 llamadas.
- **'El Abuso no es Amor' de Yves Saint Laurent Beauté**, en colaboración con la **Fundación Ana Bella**, que tiene como objetivo sensibilizar a 23.000 jóvenes en España en los próximos tres años para que sean capaces de identificar los 9 signos principales de una **relación abusiva**. En 2021 ya han logrado formar a más de 3.000 jóvenes.
- **'Stand Up' de L'Oréal Paris: contra el acoso callejero**, lanzado en 2020 en colaboración con la Fundación Mujeres, con el o de formar a un millón de personas para saber cómo responder de forma segura cuando se es víctima o testigo de acoso callejero.
- **'Write Her Future' de Lancôme**, proyecto que comenzó hace cuatro años en colaboración con Plan International para **combatir el analfabetismo funcional en mujeres jóvenes**. Hasta la fecha, alrededor de 400 jóvenes han participado en el programa.
- **'Cuidado de la Piel' de La Roche-Posay**, espacios en los que se desarrollan **talleres impartidos por profesionales de la salud y con la ayuda de voluntarios**. Estas unidades ya están presentes en 40 hospitales y clínicas en toda España.

Además, **para 2023 la filial española también promoverá la integración laboral de 1.300 personas en situación vulnerable**, mediante **programas de empleabilidad para colectivos desfavorecidos** o en riesgo de exclusión social como **'Embellece tu Futuro'**, que este año se ha reinventado con su versión digital

incorporando las habilidades digitales a su plan de contenidos, o en programas **de solidarity sourcing o aprovisionamiento solidario**. Además, en 2021 L'Oréal España ha reforzado la iniciativa de la **Última Milla**, proyecto desarrollado con **Koiki** para que el último tramo del trayecto de entrega de un paquete de marcas como Kiehl's se realice por personas en riesgo de exclusión bien a pie, en bicicleta o en vehículos eléctricos para reducir la contaminación en las ciudades.

En esta misma línea, **la Fábrica Internacional de Productos Capilares de L'Oréal en Burgos** desarrolla desde hace cuatro años el programa '**Escuela de Excelencia Industrial**', que forma a personas desfavorecidas en las posiciones más demandadas dentro de la industria como operario de producción o carretillero. Asimismo, la fábrica es promotora del proyecto educativo **Stem Talent Girl** cuyo objetivo es fomentar las vocaciones científicas y tecnológicas de niñas y jóvenes -en el curso 2020/21 han participado 687 alumnas.

En el plano medioambiental, L'Oréal se ha marcado, entre otros, el objetivo de que en 2025 todos sus envases de plástico sean rellenables, reutilizables, reciclables o compostables y, a partir de 2030, ya no utilizará plástico virgen.

Además de los avances en la reducción del plástico y de haber mejorado el impacto social y/o ambiental de todos sus nuevos lanzamientos y formulaciones gracias a **la metodología SPOT** (Sustainable Product Optimization Tool), L'Oréal España ha reducido un 29% la huella de carbono asociada al transporte. Por otra parte, el 86% de su material de punto de venta está ecodiseñado atendiendo al impacto de todo su ciclo de vida y ha reducido en 2021 respecto a 2019 un 30% sus residuos industriales, además de avanzar en proyectos de economía circular como la conversión de envases en pallets para su logística local.

Todo ello, además de las múltiples iniciativas medioambientales desarrolladas durante 2021 de la mano de sus marcas y divisiones:

- **Reforestación con Kiehl's**, la marca ha firmado un acuerdo de colaboración de tres años con la start-up española **Reforestum** con la que se ha sumado a un **proyecto de reforestación para neutralizar más de 4.000 toneladas de CO₂** en nuestro país a lo largo de 40 años. Ya han sido repobladas más de 10 hectáreas con 11.000 árboles de doce especies diferentes.
- **'L'Oréal for the Future, Porque nuestro Planeta lo Vale'** de L'Oréal Paris, programa de sostenibilidad de la marca anunciado en abril que tiene como **misión reducir su huella de carbono en un 50% por producto terminado y contribuir con 10 millones de euros a proyectos medioambientales** cuyos beneficiarios sean comunidades de mujeres de todo el mundo.
- **'Limpia Ríos, Salva Océanos'** de Biotherm, proyecto en colaboración con Fundación Ecoalf y SEO Birdlife a través del 'Proyecto Libera', cuyo **objetivo es la protección de los ríos y los océanos**. Hasta la fecha, ya han realizado 20 limpiezas en el río Jarama de Madrid con la ayuda de 372 voluntarios y una recogida de 6.600 kilos de residuos, "basurala", evitando que acaben en el mar.
- **'Green Beauty'** de Garnier, su estrategia de sostenibilidad y que este 2021 ha apostado por **el lanzamiento de un nuevo Sistema de Etiquetado de Impacto Social y Medioambiental** que califica los productos de belleza según su huella mediante una escala de valoración desde la A, el mejor perfil, hasta la E, la más susceptible de mejora, y da una idea precisa del impacto del producto. Además, esta incluye información importante sobre los aspectos sociales del mismo.
- Sumadas a todas estas iniciativas, la **división de Productos Profesionales** ha desarrollado junto a Gjosa la innovación medioambiental **'L'Oréal Water Saver'**, un cabezal de ducha único que puede reducir el consumo de agua en peluquerías hasta en un 65% y que ha sido nombrado una de las principales innovaciones de 2021 según TIME.

Por último, este año ha tenido lugar uno de los hitos más importantes de la historia de la compañía en nuestro país con la celebración del **50 aniversario de la Fábrica Internacional de Productos Capilares de L'Oréal en Burgos**, referente mundial en industria **sostenible 4.0** por su impacto medioambiental y social. Fue una de las primeras del Grupo en alcanzar la neutralidad en carbono en 2015 gracias a su planta de biomasa y, en 2017, se convirtió en la primera '**waterloop factory**' de L'Oréal en el mundo, es decir, en tener un sistema de circuito cerrado que recupera y recicla todo el agua que consume salvo la incluida en productos y para el consumo humano.

Todo ello, además de los hitos internacionales, ha contribuido a que el Grupo L'Oréal sea la única compañía del mundo en haber obtenido **por 6 años consecutivos la calificación AAA en el ranking CDP** de impacto en el entorno y recientemente, una de las **máximas puntuaciones en sostenibilidad por S&P**, hasta situarse en 85 puntos sobre 100.

SOBRE L'ORÉAL

Con más de 100 años de historia, L'Oréal es la compañía líder mundial en el mercado de la cosmética. Con un portfolio diverso de más de 35 marcas internacionales y complementarias, el Grupo generó una cifra de negocios de 27.990 millones de euros en 2020 y cuenta con 85.400 empleados en todo el mundo. L'Oréal está presente en todos los circuitos de distribución: gran consumo, farmacias y parafarmacias, salones de peluquería, perfumerías, *travel retail*, *retail* propio y *e-commerce*.

El Grupo L'Oréal, líder en *beauty tech*, es la empresa cosmética que más invierte en I+D, un 3,3% de su facturación, hasta los casi 1.000 millones de euros y cuenta con un equipo de 4.000 investigadores en 21 centros de investigación y 14 centros de evaluación. A través de "[L'Oréal For the Future](#)", su programa de sostenibilidad con compromisos a 2030, transformará su actividad para evolucionar dentro de los límites planetarios y contribuir a solucionar los nuevos desafíos del mundo. Además, es la única compañía en haber obtenido por 6 años consecutivos la calificación AAA en el ranking CDP de impacto en el entorno, con ejemplos como la fábrica internacional de productos capilares de Burgos, fábrica seca gracias a un ciclo de agua 'waterloop' de reciclado del agua y neutra en emisiones desde 2015.

CONTACTO L'ORÉAL ESPAÑA

Directora de Comunicación Externa

Pilar PÉREZ RAMÍREZ
+34 91 177 80 96 / 677 404 616
pilar.perezramirez@loreal.com

KREAB

Leticia Suárez Jurado
Tel: 691 434 955 | lsuarez@kreab.com
Iratxe de la Cámara
Tel: 653 373 268 | idelacamara@kreab.com