

Pressmeddelande

För mer information,
kontakta:

Electrolux Pressjour
08 657 65 07

Electrolux redovisar resultat för ny hållbarhetsstrategi och inkluderar klimatmål i incitamentsprogram för chefer

Stockholm, 29 mars, 2021

Electrolux publicerar idag bolagets Hållbarhetsrapport 2020 som visar en minskning av utsläppen med 70 procent sedan 2015. Dessutom inkluderar det långsiktiga incitamentsprogrammet för bolagets högsta chefer nu även klimatmål.

Rapporten redovisar Electrolux resultat när det gäller hållbarhetsmålen inom det nya hållbarhetsramverket For the Better 2030 som lanserades i mars 2020. Det omfattande ramverket täcker områdena 'Better Solutions', 'Better Company', 'Better Living' samt företagets klimatmål.

"Jag är övertygad om att vårt nya ramverk kommer att bidra till att vi fortsätter vara en ledare inom hållbarhet, vilket även kommer att ge konkurrensfördelar och driva lönsam tillväxt under de närmaste tio åren", säger Electrolux VD och koncernchef Jonas Samuelson. "Det nya ramverket tar våra hållbarhetsmål till nästa nivå som även innefattar en ambition att uppnå klimatneutralitet i vår leveranskedja till 2050".

Rapporten redovisar en minskning av koldioxidutsläppen med 70 procent från den egna verksamheten sedan 2015 – ett tydligt steg mot de vetenskapligt baserade målen ("science-based targets", Scope 1 and 2) på en 80 procentig minskning till 2025 och en minskning med 100 procent till 2030. Electrolux vetenskapligt baserade klimatmål (Scope 3) som avser utsläpp vid produktanvändning minskade med över 20 procent jämfört med 2015.

Electrolux har också tagit ett viktigt steg i sin klimatambition genom att införa en avsevärt minskad klimatpåverkan som en del av det långsiktiga incitamentsprogrammet för bolagets 260 högsta chefer i syfte att driva klimatrelaterade åtgärder inom organisationen.

"For the Better 2030 innebär att vi breddar vår hållbarhetsstrategi till att inkludera ämnen som ligger nära oss, framförallt genom att underlätta för människor att agera mer hållbart när de använder våra produkter i hemmet", säger Henrik Sundström, hållbarhetschef på Electrolux. "Det handlar om att främja ett mer hållbart ätande, få kläder att hålla längre och att förbättra hemmiljön. Vår första globala kampanj Make it Last, som inspirerar konsumenterna att ta bättre hand om sina kläder, är ett bra exempel på detta".

Läs hela rapporten här: <http://www.electroluxgroup.com/sustainabilityreport2020>