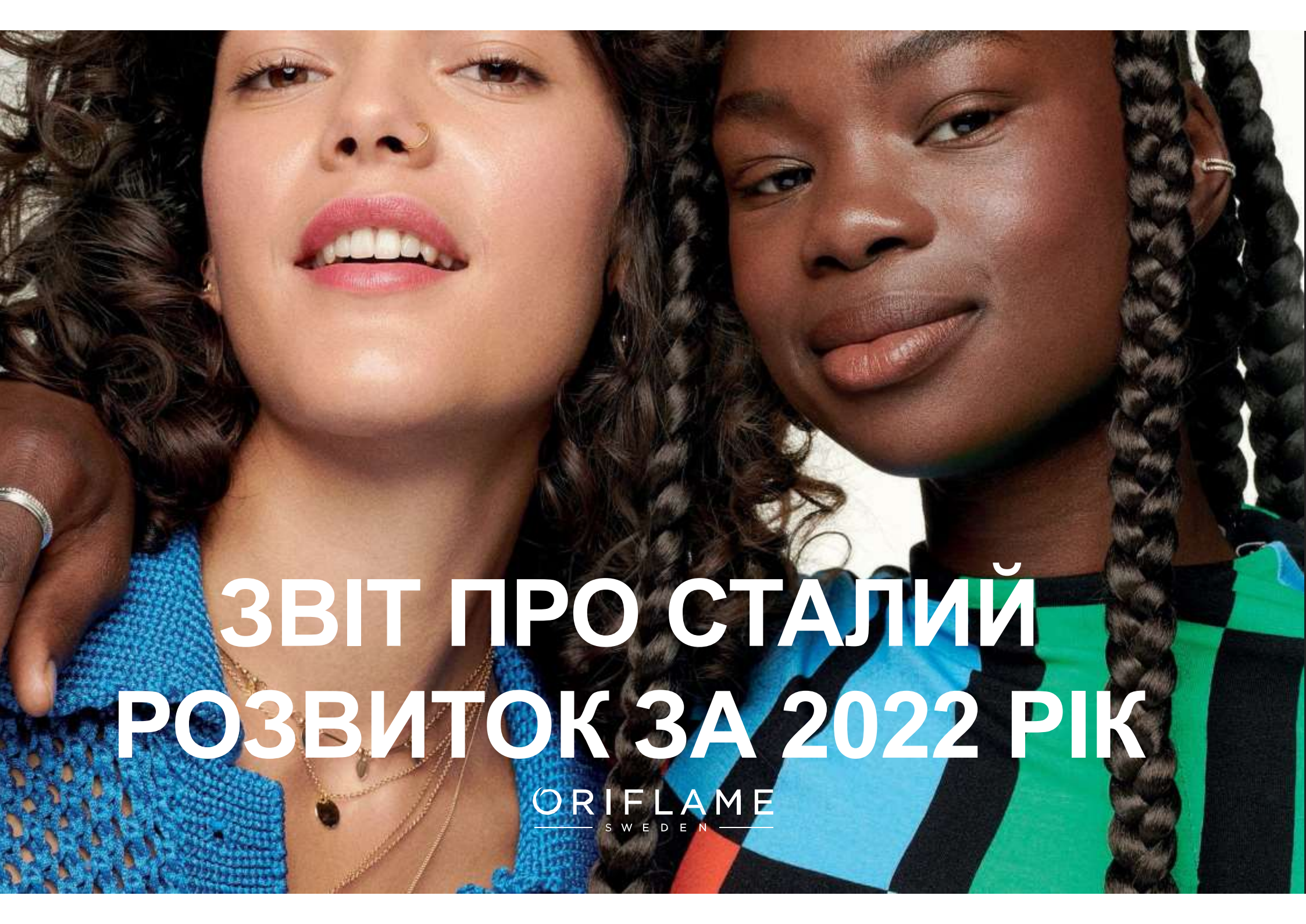




ЗВІТ ПРО СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЗА 2022 РІК

ORIFLAME
— S W E D E N —



НАША ФОРМУЛА

Успіх бізнесу Оріфлейм побудований на простій формулі: поєднати природне бажання людей покращити своє життя з відповідною можливістю і створити реальні, ПОЗИТИВНІ ЗМІНИ.

Ми пишаємося тим, що пропонуємо людям по всьому світу можливість змінити своє життя на краще. Якщо вони поділяють нашу пристрасть до краси та здоров'я, ми можемо допомогти їм подарувати цього світу більше.

Для більшості людей це означає заощаджувати гроші, насолоджуючись нашою надійною продукцією для краси та здоров'я. А для когось це про використання нашої моделі соціальних продажів для отримання доходу та побудови свого бізнесу.

Оріфлейм має перевірену бізнес-модель, яка ідеально підходить для сучасного мережевого світу. Вона гнучка, цифрова та спирається на мільйони довірених відносин і рекомендацій. Ця модель має низький рівень ризику і ми пропонуємо «підприємництво в коробці». Розвиваючи наш бізнес, ми позитивно впливаємо на людей та громади по всьому світу. Цінність місцевого підприємництва в нашому глобальному суспільстві загальноновизнана, починаючи від робочих місць, які воно створює, і закінчуючи навичками, які воно розвиває.

Понад 50 років Оріфлейм є вибором близько двох мільйонів людей. У майбутньому ми прагнемо продовжувати розвиватися, спираючись на цю просту формулу – розширювати можливості людей і сприяти позитивним змінам у всьому світі.

Зміст

Вступ 4–14

Сталий розвиток: головні показники.....	4
Основна інформація про продукцію.....	5
Заява генерального директора.....	8
Це Оріфлейм.....	10
Географічна присутність.....	11
Стратегія сталого розвитку.....	13

Можливість для бренд-партнерів 15-23

Додатковий дохід.....	16
Зростання та розвиток.....	18
Почуття приналежності.....	20
Цілі та зобов'язання.....	22

Повага до природи 24-62

Вода.....	25
Ліс.....	29

Клімат.....	34
Пакування.....	43
Рецептура.....	49
Цілі та зобов'язання.....	56

Повага до людей 63-81

Досвід співробітників.....	64
Права людини.....	70
Безпека споживачів.....	74
Соціально відповідальна продукція.....	76
Цілі та зобов'язання.....	79

Спілкуйтеся та долучайтесь 82-91

Комунікація сталого розвитку.....	83
Регіональні ініціативи зі сталого розвитку....	84
Фонд Оріфлейм	86

Регіональні благодійні ініціативи.....	87
Залучення зацікавлених сторін.....	89

Підхід до управління 92-102

Організація заради вдосконалення.....	93
Суттєвість.....	94
Ризики сталого розвитку.....	96



Сталий розвиток: головні показники

Вдосконалена
формула нашого
культового засобу
Tender Care, який на



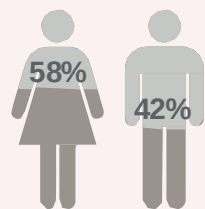
99,9% складається
з інгредієнтів
природного походження



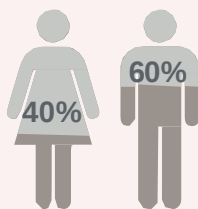
97%

97% обсягів паперової продукції
отримано із сертифікованих сталих
джерел* або з переробленої сировини

Гендерний баланс



Оріфлейм по
всьому світу



Керівництво
Групи

Другий рік поспіль визнаний
**лідером у боротьбі з
глобальним
потеплінням**

в Європі за версією Financial Times та Statista

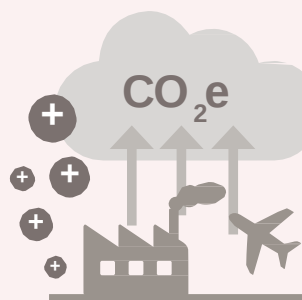


Запустили лінію Feminelle у форматі рефіл,
використовуючи

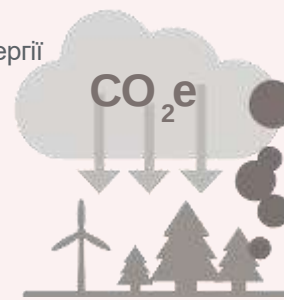
на 73% менше пластику

у порівнянні з придбанням нової пляшки

100%



відновлюваної електроенергії
на всіх об'єктах
Оріфлейм з 2018 року
та діяльність з
нульовим впливом на
навколишнє
середовище** з 2019
року



244

млн євро



– виплачено Партнерам бренду
Оріфлейм у вигляді бонусів та інших
форм визнання у **понад 60 країнах**
світу

Отримали оцінку **«А»** в проєкті з лісових
ресурсів Програми
«CDP» щодо пальмової
олії та вийшли на рівень
лідерів у впровадженні
найкращих практик у
виробництві пальмової
олії



Розширене
**Зобов'язання
Оріфлейм щодо
захисту лісів**, яке

передбачає використання додаткових
інгредієнтів, окрім паперу та пальмової
олії, які можуть сприяти вирубці лісів та
руйнуванню екосистем.



*Джерело – паперова фабрика

**Ми постійно працюємо над скороченням кількості викидів. Для тих викидів, які ми не змогли скоротити у 2022 році, ми здійснили кліматичну компенсацію викидів парникових газів на Напряму 1, Напряму 2 та частково на Напряму 3.



Новинки 2022 року

Ми постійно працюємо над покращенням відповідності нашої продукції вимогам сталого розвитку у всіх категоріях. Протягом 2022 року ми запустили та перезапустили лінійки продуктів з покращеними показниками відповідності.

Waunt

Однією із головних подій 2022 року, став запуск бренду Waunt – нової комплексної лінійки догляду за шкірою, яка поєднує в собі найкраще із засобів для макіяжу з додатковими перевагами догляду за шкірою. Лінійка цих доглядових засобів має текстури, що трансформуються, а також створює легкий ефект макіяжу, чим покращує стан шкіри та надає їй природного вигляду. Лінійка не містить парабенів, мінеральних олій та лауретсульфату натрію (SLES) і створена на основі відповідально підібраних та схвалених веганськими організаціями інгредієнтів. Завдяки чому вона стала першою комплексною лінійкою з догляду за шкірою, сертифікованою веган-спільнотою «The Vegan Society™». Крім того, для виготовлення більшості пакувань продукції Waunt ми використовували скло або пластик з вторинної сировини.

Пензлики для макіяжу THE ONE

У 2022 році ми запустили THE ONE – повноцінну лінійку пензликів для макіяжу, виготовлених

з високоякісного щільного ворсу. Пензлики стали доповненням лінійки засобів для макіяжу THE ONE і призначені для нанесення макіяжу на обличчя, очі, губи та нігті – іншими словами, пензлики для будь-якого макіяжу.

Крім того, пензлики для макіяжу THE ONE були спеціально розроблені для зменшення впливу на навколишнє середовище.

Вони виготовлені з використанням екологічно безпечних дерев'яних ручок, сертифікованих FSCTM та веган-спільнотою «The Vegan Society™», а також мають пакування, виготовлене зі 100% переробленого пластику.

Feminelle Refill

У 2022 році ми запустили формат рефілу для лінійки засобів Feminelle, що дозволило на 73% зменшити використання пластику порівняно з купівлею нової пляшки.

Лінійка Feminelle покликана допомогати жінкам підтримувати оптимальний рН-баланс, а також має освіжаючі, захисні та заспокійливі властивості. Як і всі наші засоби для тіла, що потребують змивання, лінійка Feminelle має біорозкладну формулу.





Натуральний універсальний бальзам Tender Care

Бальзам Tender Care, який ми вперше презентували у 1970 роках, є одним із найстаріших та найвідоміших продуктів Оріфлейм. Це універсальний захисний бальзам, який глибоко живить і захищає не лише губи, але й шкіру всього тіла.

У 2022 році ми суттєво покращили формулу Tender Care. Щоб зробити цей культовий продукт більш ближчим до природи, ми додали до його складу відновлювані натуральні олії, бджолиний віск і вітамін Е, тож тепер натуральний універсальний бальзам Tender Care на 99,9% складається з природних компонентів. Ми також зменшили вагу тари та розширили отвір баночки для полегшення доступу до всього продукту, що призвело до зменшення кількості відходів продукту.





Love Nature

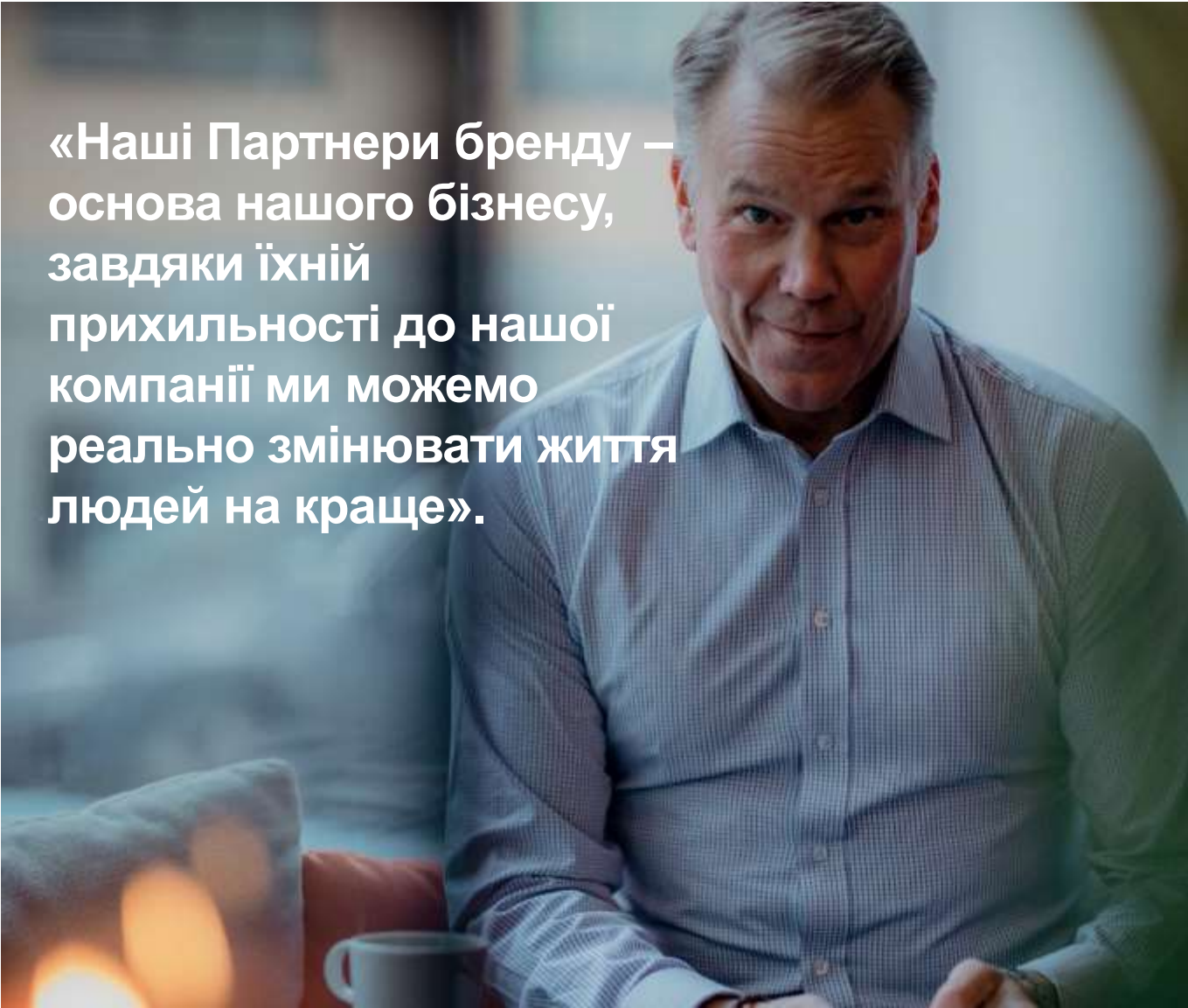
Як один із найбільших брендів Oriflame, лінійка засобів для догляду за шкірою, тілом та волоссям Love Nature завжди була про натхнення природою, вишукані аромати та ніжні текстури натуральних інгредієнтів.

У 2022 році ми представили оновлену лінійку Love Nature з вищим рівнем екологічності. Усі продукти лінійки створені без парабенів і містять сертифіковані органічні екстракти, а засоби для догляду за волоссям не містять силікону. Усі кондиціонери, креми для тіла, лосьйони для тіла та мило містять щонайменше 95% інгредієнтів природного походження, а маски для обличчя – інгредієнти вторинної переробки.

Як завжди, скраби містять лише природні ексfolіанти, такі як мигдальна шкаралупа, які з часом розпадаються природним шляхом. А всі засоби для обличчя та тіла, що потребують змивання, мають біорозкладну формулу.

На милі, кондиціонерах, кремах для тіла та лосьйонах для тіла Love Nature тепер також з гордістю вказується точний відсоток інгредієнтів природного походження, що містяться в них. Для виготовлення пляшок, банок і тубиків засобів Love Nature використовується мінімум 20% і максимум 100% переробленого пластику – точний відсоток також вказано на пакуванні.





«Наші Партнери бренду – основа нашого бізнесу, завдяки їхній прихильності до нашої компанії ми можемо реально змінювати життя людей на краще».

Заява генерального директора

Відзначаючи 55-ту річницю заснування компанії Оріфлейм, я з гордістю думаю про наші досягнення та прогрес, якого ми досягли як компанія. Ми пишаємося тим, що вже понад п'ять десятиліть створюємо для наших клієнтів косметичні та харчові продукти, і сподіваємося, що продовжимо це робити ще багато років. Однак минулий рік приніс різні виклики, включаючи війну в Україні та карантинні обмеження в Китаї, які мали значний вплив на всіх нас. Крім того, ми зіткнулися зі зниженням продажів, особливо в Азії, що разом зі зростанням цін через інфляцію вплинуло на наш бізнес. Попри ці виклики, ми залишилися непохитними у своєму прагненні надавати високоякісну продукцію. Наші Партнери бренду – основа нашого бізнесу, завдяки їхній прихильності до нашої компанії ми можемо реально змінювати життя людей на краще. Їхній успіх є життєво важливим для нас, і завдяки широкому асортименту продукції ми залишаємося сильними, попри виклики, які чекають на нас у майбутньому.



«Надихатися природою, поважати її та знаходити нові способи її втілення в макіяжі, засобах догляду за шкірою та продуктах для підтримки здорового способу життя – це невід'ємна частина нашої ДНК».

Ми завжди прагнули допомагати людям покращувати їхнє життя та робити підприємництво доступним для всіх, і цей рік не став винятком.

Наша прихильність до трансформації була непохитною, і в 2022 році ми хотіли створити як нові, так і повернути вже перевірені шляхи для того, щоб люди могли знову спілкуватися. Тому я з радістю повідомляю, що наші конференції відновилися, і ми з нетерпінням чекаємо нагоди продовжувати збирати нашу спільноту разом, щоб навчатися, розвиватися та налагоджувати зв'язки.

Розробка продукції

Ми в Оріфлейм прагнемо створювати чудові продукти, беручи на себе відповідальність за вплив нашого виробництва та бізнесу на навколишнє середовище. Надихатися природою, поважати її та знаходити нові способи її втілення в макіяжі, засобах догляду за шкірою та продуктах для підтримки згорового способу життя – це невід'ємна частина нашої ДНК.

Саме тому ми запустили нашу програму «Зобов'язання щодо захисту лісових ресурсів», розширивши наші зобов'язання щодо складу продукції, окрім паперу та пальмової олії, на інші інгредієнти, які можуть сприяти знищенню лісів та поугенню екосистем. Ми поставили собі за мету покращити простежуваність у ланцюгу постачання за допомогою сертифікації та контролю з боку третіх сторін. Завдяки цьому ми прагнемо підвищити прозорість нашого ланцюга та джерел постачання інгредієнтів.

Для подальшого розвитку нашої пропозиції та розширення споживчої бази ми посилили нашу веганську пропозицію у 2022 році, запустивши комплексну лінійку Waunt Skin Care, яка схвалена веган-спільнотою «The Vegan Society™». Ця лінійка поєднує в собі переваги догляду за шкірою та макіяжу для того, щоб шкіра виглядала здоровою та красивою. Крім того, ми також випустили наш культовий бальзам Tender Care з оновленою формулою, що на 99,9% складається з інгредієнтів натурального походження. Забезпечення продукцією, розробленою з повагою до природи, глибоко вкорінене в нашій спадщині, і ми продовжуватимемо шукати інноваційні шляхи для подальшого відповідального створення краси та продуктів.

Інновації та рух вперед

Я також з гордістю повідомляю, що вже другий рік поспіль компанія «Оріфлейм» визнана лідером у боротьбі з глобальним потеплінням за версією Financial Times та Statista. Компанії, перелічені у звіті, за останні роки досягли найбільшого скорочення викидів за Напрямками 1 та 2. Це визнання є свідченням нашої відданості цілі: зменшувати вплив на клімат і робити подальші кроки на шляху до досягнення кліматичних цілей. Ми також покращили наш результат CDP щодо пальмової

олії – платформи звітності, яка допомагає компаніям вимірювати та управляти своїми ESG-ризиками (екологічні, соціальні та управлінські ризики).

Крім того, керуючись своєю пристрастю до науки, цього року ми створили незалежну Науково-консультативну раду, до складу якої увійшли міжнародні дослідники в галузі харчування та здоров'я. Ми віримо, що ця рада допоможе нам залишатися серед лідерів з наукових досліджень та інновацій, що дозволить нам створювати ще кращі продукти, які позитивно впливають на життя наших споживачів.

Насамкінець, за минулий рік ми зробили кілька важливих кроків на шляху до досягнення наших цілей сталого розвитку, навіть попри те, що це був складний час для нашого бізнесу та співробітників. Наша мета залишається незмінною: створювати бізнес-можливості для наших Партнерів бренду, забезпечуючи відповідальне ставлення до нашої планети. Наша відданість людям і захисту природи є запорукою нашого майбутнього успіху, і для нашого бізнесу життєво важливо, щоб ми бачили потенціал у собі та наших зацікавлених сторонах для створення світлого та сталого майбутнього.

Магнус Бреннстром, генеральний директор та президент



Це Оріфлейм

Оріфлейм — міжнародна косметична компанія з соціальних продажів, заснована в 1967 році, яка представлена в більш ніж 60 країнах Європи, Африки, Азії та Латинської Америки. Наш широкий асортимент шведської, натхненної природою, інноваційної косметичної продукції продається за допомогою близько двох мільйонів Представників*, забезпечуючи річний обсяг продажів майже в один мільярд євро.

Бізнес-модель

Оріфлейм — бізнес прямих продажів, який реалізує свою продукцію за допомогою методів соціальних продажів та через широку онлайн-платформу. Сьогодні Оріфлейм є справжнім онлайн-бізнесом, адже близько 98% усіх замовлень розміщуються в мережі Інтернет. Оріфлейм працює на основі підходу, орієнтованого на незалежних Партнерів бренду, з ініціативами, сформованими з точки зору розширення можливостей Партнерів бренду Оріфлейм продавати, залучати клієнтів та керувати своїм бізнесом, використовуючи новітні цифрові інструменти. Продукцію Оріфлейм продають і поширюють близько двох мільйонів представників у більш ніж 60 країнах світу.

Наша продукція

Асортимент продукції Оріфлейм ґрунтується на більш ніж п'ятдесятирічному досвіді в галузі догляду за шкірою та косметичних засобів, що поєднує інновації та натхнення від природи. Оріфлейм пропонує широкий асортимент високоякісної продукції для щоденного використання за доступними цінами. Асортимент представлений в шести категоріях: догляд за шкірою, декоративна косметика, парфумерія, засоби особистої гігієни та догляд за волоссям, аксесуари та продукти для здорового способу життя.

**Учасниками програми є всі Незалежні Партнери бренду та онлайн-клієнти, які зробили принаймні 1 замовлення протягом останніх трьох місяців.*



Географічна присутність

Регіони продажів

- Латинська Америка
- Європа та СНД
- Туреччина та Африка
- Азія

Наші ринки продажів

Ми присутні на більш ніж 60 ринках, включаючи ринки, якими керують франчайзі. Для подальшого розвитку нашого бізнесу ми зосереджуємо наші ресурси та інвестиції на цих стратегічних ринках.

Корпоративні офіси

- Корпоративні офіси в Шаффхаузені (Швейцарія) та Лондоні (Великобританія)
- Офіси групової підтримки в Дубліні (Ірландія), Люксембурзі (Люксембург), Сінгапурі (Сінгапур), Стокгольмі (Швеція), Сінгені (Німеччина) та Варшаві (Польща)
- Глобальний IT-центр передового досвіду в Оломоуці (Чехія)
- Фінансовий центр підтримки групи у Варшаві (Польща)

Ланцюжок постачання

Понад 70% обсягів нашої продукції виробляється на власних виробничих потужностях. У 2022 році ми закупили близько 238 мільйонів одиниць продукції, включаючи готову продукцію від більш ніж 55 глобальних і регіональних постачальників. Вони поставляються на ринки Оріфлейм по всьому світу. Нашими основними ринками постачання у 2022 році були Польща, Індія та Китай.

Виробництво

У нас шість виробничих потужностей. Вони розташовані в трьох країнах (Польща, Китай, Індія).

Глобальні розподільчі центри

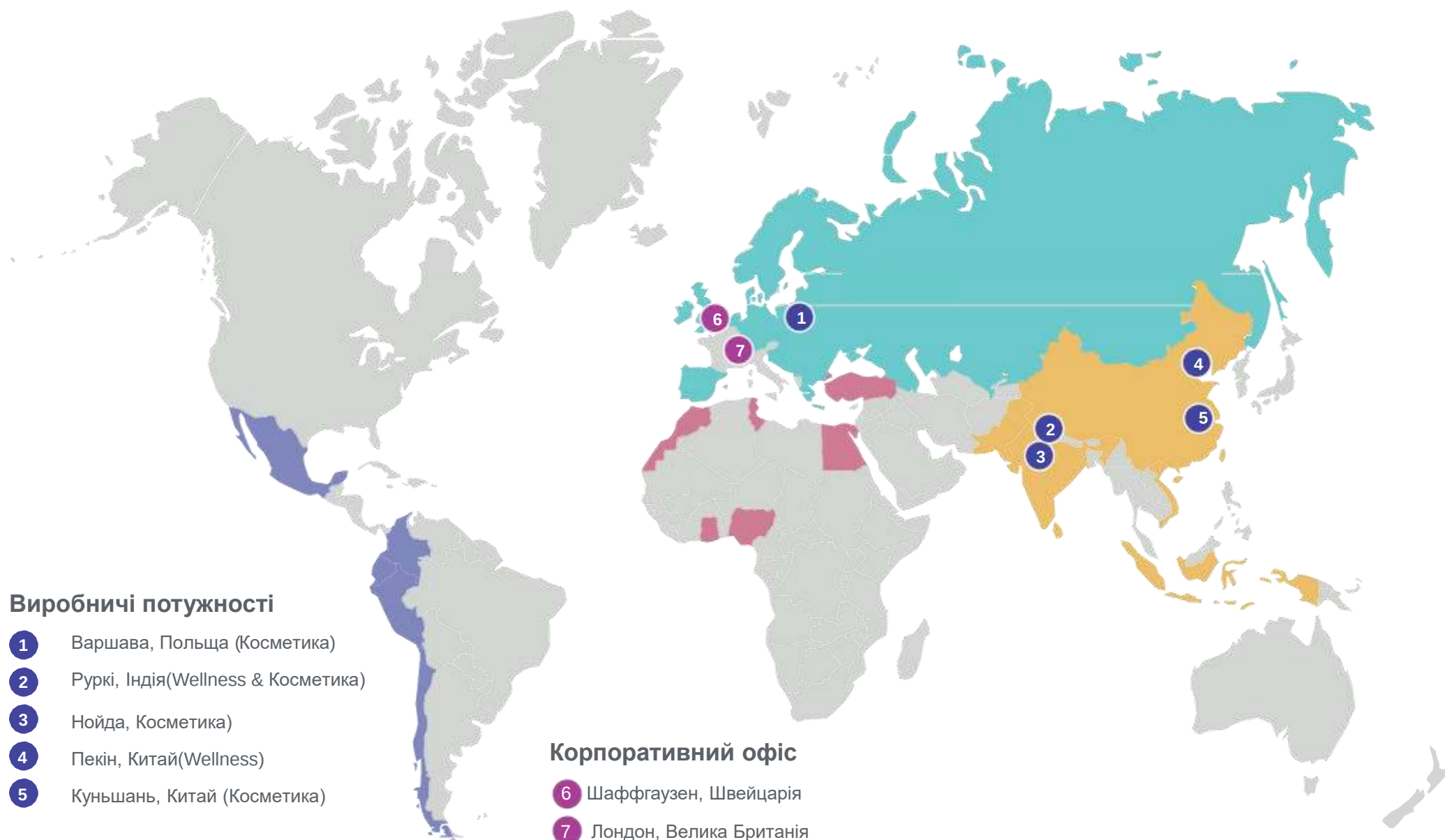
У нас є два глобальні розподільчі центри. Вони розташовані в Польщі та Угорщині.

Сталий розвиток: головні
показникиОсновна інформація
про продукціюЗаява генерального
директора

Це Оріфлейм

Географічна присутність

Стратегія сталого розвитку





Стратегія сталого розвитку

Сталий розвиток є основою нашої компанії – це невід'ємна частина нашої шведської спадщини, нашого бренду та нашої місії здійснювати мрії. Наша довгострокова підтримка цілей сталого розвитку також відображена в позиціонуванні нашого бренду, адже краса – це більше, ніж те, як ви виглядаєте, це те, як ви живете, відчуваєте і дієте.

Вжиття заходів для збільшення позитивного впливу компанії на життя людей, зменшуючи будь-який негативний вплив на навколишнє середовище, є ключовою частиною нашої стратегії сталого розвитку. Це поєднання є основою трьох основних напрямків нашої стратегії сталого розвитку: «Можливості для бренд-партнерів», «Повага до природи» та «Пристрасть до людей».

Ця комплексна стратегія спрямована на те, щоб зазирнути в саме серце бізнес-моделі Оріфлейм, де можливості, надані Партнерам бренду, перетворюються на реальні позитивні зміни. Вони можуть проявлятися як у збільшенні доходу та соціальному впливі на сім'ю, так і в розвитку бізнес-навичок, підвищенні самооцінки та впевненості в собі, а також у набутті почуття приналежності до спільноти. Зусилля компанії, спрямовані на зменшення впливу на навколишнє середовище, зосереджені на діяльності, яка має найбільший потенціал і можливість досягти змін.

Також спостерігається підвищений інтерес до сталого розвитку серед співробітників, інвесторів та Партнерів бренду. Для нас дуже важливо бути в змозі виправдати їхні очікування від Оріфлейм як компанії. Насправді з усіх причин, згаданих вище, реалізація нашої стратегії сталого розвитку є вкрай важливою.





Три стратегічні напрямки

1. Можливість для бренд-партнерів

Зосереджуючись на цінностях, які ми можемо запропонувати нашим бренд-партнерам, в цьому розділі розглядаються можливості отримання доходу та подальшого збільшення гнучкості та свободи. У ньому також висвітлюється розширення можливостей і розвиток навичок, а також доступ до місцевої та міжнародної спільноти одностудійців.

Дізнайтеся більше про наші можливості для бренд-партнерів на [стор. 15-23](#).

2. Повага до природи

У цій частині звіту ми розглядаємо екологічні аспекти нашого бізнесу, наприклад, пакування та рецептура, а також вплив нашого бізнесу на ліси, воду та клімат.

Дізнайтеся більше про наше дбайливе ставлення до природи на [стор. 24-62](#).

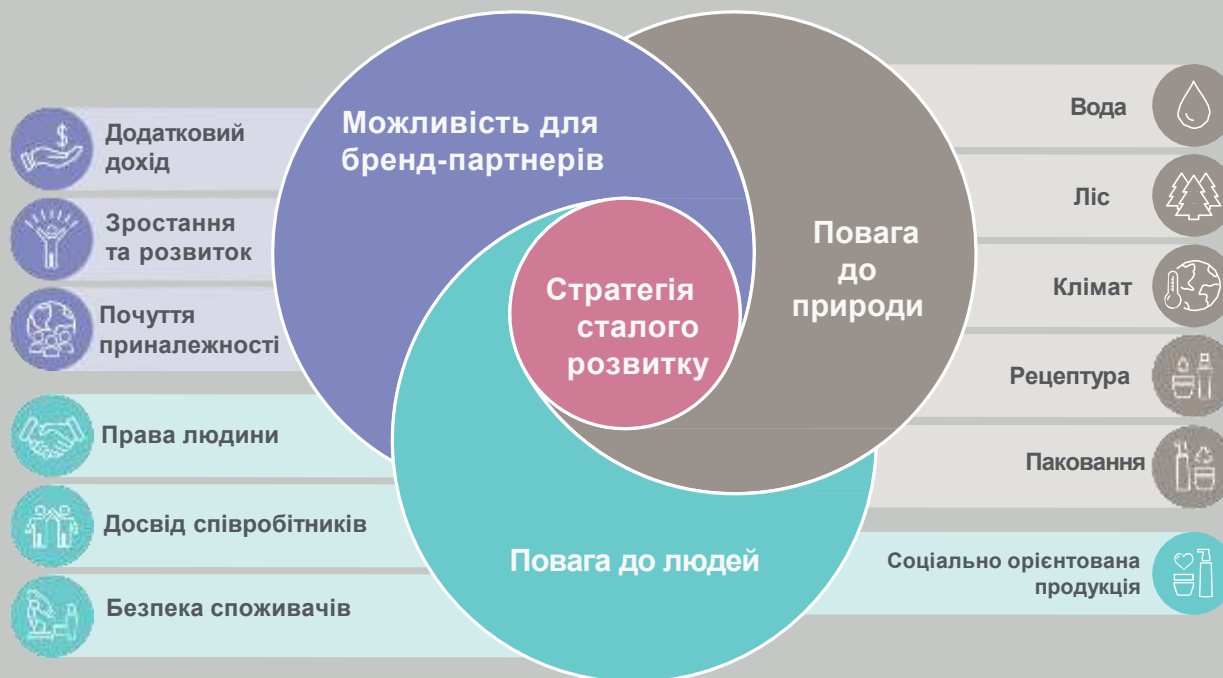
3. Повага до людей

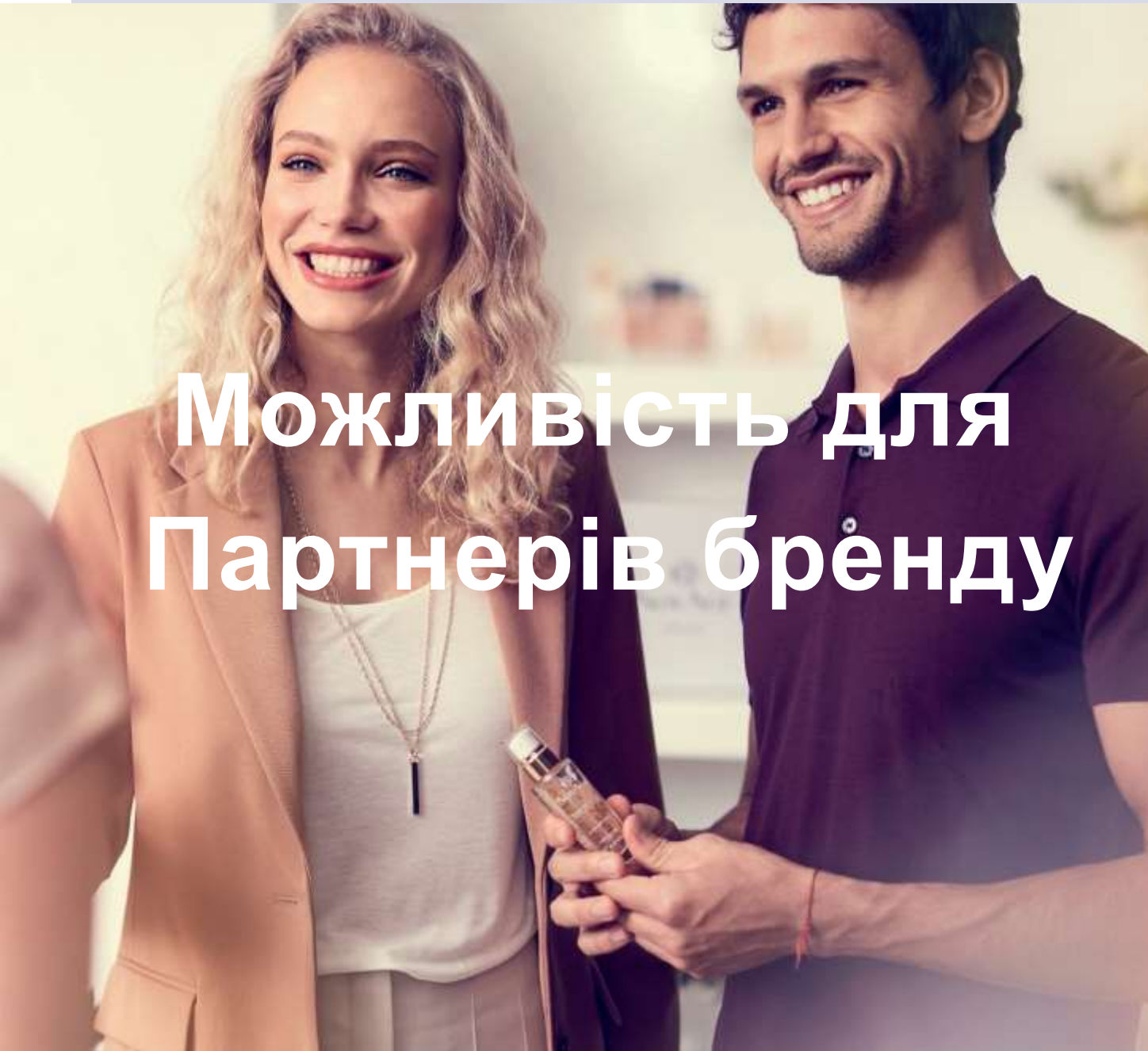
В цьому розділі висвітлено все, що стосується сталого розвитку та людей у нашому ланцюжку створення вартості – від наших споживачів і бренд-партнерів до наших співробітників і співробітників наших постачальників. Тут розглядаються такі теми, як права людини в нашому ланцюжку постачання, наша робота із забезпечення безпеки споживачів і наші зусилля зі створення соціально орієнтованої продукції.

Дізнайтеся більше про нашу пристрасть до людей на [стор. 63-81](#).

Структура стратегії

Ці три основні напрямки розбиті на 12 піднапрямків, які містять 41 ціль та зобов'язання з різними часовими рамками.





Можливість для Партнерів бренду

Соціальні продажі дають людям – найчастіше жінкам – реальну можливість отримувати дохід, будуючи і розвиваючи відносини з клієнтами. У цифрову епоху це означає більшу гнучкість і свободу, ніж традиційна зайнятість, і дає можливість поєднувати соціальні продажі з основною роботою, навчанням або доглядом за дітьми. Деякі люди навіть обирають соціальні продажі як основний вид зайнятості.

Коли хтось стає Партнером бренду Оріфлейм, він отримує доступ до мережі експертів у сфері бізнесу та краси і стає частиною глобальної б'юті-спільноти. Вони також отримують доступ до тренінгів, зустрічей і заходів, які сприяють розвитку їхніх здібностей, підвищенню впевненості в собі та самооцінки.

Наше завдання – стати б'юті-компанією №1 у сфері соціальних продажів, створивши найбільшу у світі б'юті-спільноту. Досягнення цієї мети зробить наш бізнес доступним для більшої кількості людей по всьому світу та створить позитивні зміни для наших Партнерів бренду, покращуючи їхнє життя та сприяючи їхньому економічному розвитку.



Додатковий дохід

Бізнес-модель Оріфлейм створює цінність, пропонуючи людям по всьому світу шанс покращити своє життя, пропонуючи унікальний досвід покупок для клієнтів, а також відкриваючи підприємницькі можливості для Партнерів бренду Оріфлейм.

Бренд-партнером Оріфлейм може стати кожен, хто працює на одному з наших ринків по всьому світу. Вони можуть розпочати власний бізнес у сфері соціальних продажів і заробляти, залучаючи клієнтів та продаючи продукцію Оріфлейм. Незначна частина Партнерів бренду також може збільшити свій заробіток, запрошуючи та навчаючи інших продавати, і таким чином заробляти додаткові комісійні, бонуси та інші форми винагороди.

Додатковий дохід, отриманий від бізнесу Оріфлейм, може, насамперед, змінити життя жінок з країн з низьким та середнім рівнем доходу.

Ми прагнемо продовжувати розвивати бізнес, щоб щорічно збільшувати загальну суму, яка розподіляється серед Партнерів бренду. У 2022 році ми виплатили 244 млн євро, що трохи менше порівняно з 249 млн євро у 2021 році. До цієї суми входять виплати, пов'язані з участю незалежних Партнерів бренду у конференціях з продажу. Зменшення бонусів для Партнерів бренду та знижок за результати діяльності в основному пояснюється зниженням продажів, яке було частково компенсовано коштом більшої кількості зустрічей та конференцій у 2022 році. У попередньому році через пандемію Covid-19 міжнародні конференції для Партнерів бренду були скасовані, а пов'язані з ними нарахування витрат списані.

Цифрові інструменти продажів

Для розширення можливостей наших Партнерів бренду у сфері онлайн-продажів, ми продовжуємо вдосконалювати наш цифровий контент та інтегрований набір привабливих і сучасних бізнес-інструментів.

У 2021 році ми запустили електронний каталог, цифрову версію каталогу Оріфлейм, щоб Партнерам бренду було простіше ділитися каталогом з клієнтами, переглядати його та робити покупки, а також відкривати для себе нові продукти за допомогою відео, навчальних матеріалів та детальної інформації про продукцію. У 2022 році з метою подальшого впорядкування наших цифрових інструментів продажів ми посилили функціональність електронного каталогу та інтегрували його в застосунок Оріфлейм, щоб ще більше прискорити перехід нашого бізнесу на цифрові платформи.

Протягом року 37% всіх продажів було здійснено за допомогою електронного каталогу та інших цифрових магазинів, а 98% всіх замовлень було зроблено в цифровому форматі, що свідчить про швидку адаптацію до наших цифрових інструментів, а також про їх ефективність.

Оцінка задоволеності Партнерів бренду

Ми прагнемо, щоб наші Партнери бренду сприймали Оріфлейм як гарну можливість отримати додатковий дохід. Тому для нас важливо виправдовувати очікування Партнерів бренду. З 2017 року ми використовуємо показник Індекс споживчої лояльності (NPS) для вимірювання задоволеності Партнерів бренду на всіх наших ринках. NPS дає нам змогу оцінити очікування та сприйняття Партнера бренду, наприклад, щодо якості продукції, її доступності та досвіду розміщення замовлень. Це також допомагає нам визначити сфери, які потребують покращення. Щоб переконатися, що ми пропонуємо привабливий асортимент, ми також вимірюємо



рівень задоволеність Партнерів бренду та споживачів нашими продуктами за допомогою платформи Bazaarvoice. У 2022 році ми зібрали 42900 відгуків щодо продукції, і наш глобальний середній бал склав 4,6 з 5, що відповідає торішньому результату та очікуванням наших Партнерів бренду. Попри те, що категорія

«Аромати» отримує найбільше відгуків, Wellness досі залишається найкращою категорією. Swedish Spa – бренд з найвищим рейтингом, два продукти якого увійшли до топ-10 найрейтинговіших продуктів у світі. Бренди Essense & Co. і Tender Care також мають дуже високі рейтинги і входять до топ-5 найрейтинговіших світових брендів.



Зростання та розвиток

Особистий та професійний розвиток важлива частина нашої ціннісної пропозиції. Ми прагнемо надати нашим Партнерам бренду, більшість з яких – жінки, можливість навчатися онлайн і офлайн, щоб розвивати навички в галузі краси, продажів і маркетингу. Ми також хочемо, аби Партнери бренду бачили в Оріфлейм хорошу можливість для саморозвитку, щоб стати більш впевненими в собі та підвищити самооцінку. В останньому Глобальному дослідженні брендів Оріфлейм за 2020 рік 74% респондентів погодилися, що їхні бізнес-навички покращилися, а 76% – помітили підвищення самооцінки та впевненості в собі завдяки співпраці з Оріфлейм.

Можливості навчання для Партнерів бренду

Ми пропонуємо постійну підтримку нашим Партнерам бренду, поглиблюючи їхні знання про продукцію, соціальні продажі та розвиток лідерських якостей за допомогою Академії Оріфлейм. Академія Оріфлейм – це навчальна програма, яку компанія Оріфлейм використовує вже понад 15 років. Програма базується на передовому досвіді тисяч Партнерів бренду Оріфлейм по всьому світу. За останні два роки ми оновили програму та запровадили дев'ять нових етапів навчання, а у 2022 році запустили три нові навчальні курси по всьому світу. На цих тренінгах Партнери бренду дізнаються про те, як розширити свою б'юті-спільноту за рахунок зареєстрованих клієнтів і нових Партнерів бренду, як активізувати свою мережу шляхом проведення заходів, а також як розвивати Лідерів і допомагати їм просуватися за Планом Успіху.



Мобільний офіс на 51 ринку

Оріфлейм пропонує всім зареєстрованим Партнерам бренду доступ до власного цифрового бек-офісу, який називається «Мобільний офіс». Мобільний офіс містить функції для підтримки Партнерів бренду в усіх аспектах їхнього бізнесу, зокрема те, як розпочати свою справу, як відстежувати результати власної роботи та роботи своєї команди і багато іншого. На сьогоднішній день мобільний офіс запущено на 51 ринку. Цифрова програма «Перші 90 днів» для новачків та спонсорів є популярною частиною Мобільного офісу: в середньому 145000 унікальних користувачів щомісяця опановують практичні кроки, орієнтовані на конкретні дії. Стартова програма «Перші 90 днів» пропонує навчання та практичні кроки, спрямовані на те, щоб допомогти новим Партнерам бренду розпочати роботу з Оріфлейм, і наразі доступна на 42 ринках Оріфлейм. Протягом 2021 року ми провели опитування на п'яти ключових ринках, щоб отримати від новачків відгуки та винести уроки, які допоможуть нам удосконалити адаптаційну програму. Учасники оцінили програму на 4,6 з 5 балів у відповідь на запитання: «Наскільки корисною була програма для вас на початку вашого бізнесу?» Вони вважають програму корисною, зрозумілою, повчальною та надихаючою.

У 2022 році Оріфлейм продовжувала посилювати свої зусилля, спрямовані на залучення нових Партнерів бренду, щоб забезпечити їм ідеальний старт, водночас полегшуючи роботу нашим Партнерам бренду, які підтримують нас, розробивши вдосконалений покроковий цифровий інструмент адаптації в Мобільному офісі: Ідеальний старт.

Цей інструмент буде запущений у 2023 році та покращить доступність, гнучкість та привабливість наших бізнес-можливостей. Він допоможе,

новачкам отримати чіткі вказівки та підтримку, навчитися необхідним навичкам, щоб розпочати свій бізнес, а також відчувати можливість особистого та професійного розвитку.

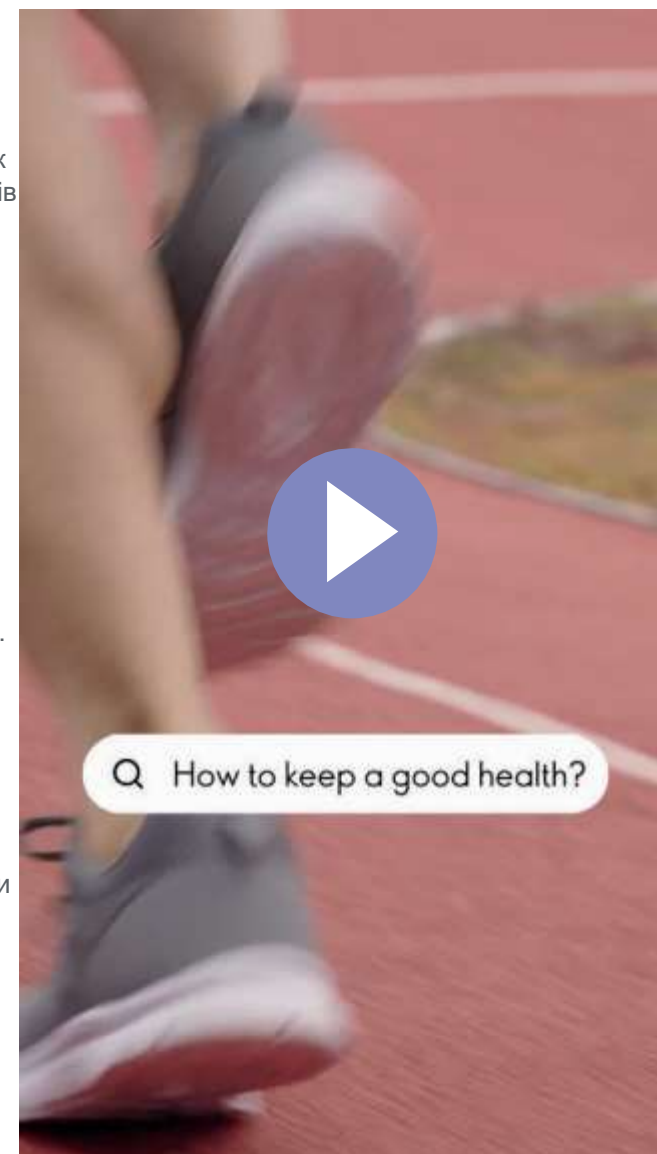
Електронне навчання на 50 ринках

На додаток до вищезазначених інструментів, ми також пропонуємо курси електронного навчання для Партнерів бренду. Наша платформа електронного навчання включає 16 мікрокурсів та один курс поглибленої сертифікації, до яких входять такі теми, як продукція Оріфлейм, бізнес-можливості, навички продажу та рекрутингу, а також навички спонсорства. Платформа електронного навчання впроваджена на 50 ринках.

Кількість курсів, пройдених Партнерами бренду на нашій платформі електронного навчання, значно зменшилася і склала близько 12000 курсів у 2022 році (порівняно з 70000 курсів, пройдених у 2021 році). Основною причиною цього є обмежена доступність нових курсів електронного навчання місцевими мовами.

Програма підготовки тренерів Оріфлейм «Wellness Club Coach»

У 2021 році ми запустили програму Wellness Club Coach – рівень підвищення кваліфікації Академії краси. Програма була розроблена у Швеції експертами в галузі охорони здоров'я і базується на поєднанні новітніх наукових досліджень, практичних знань про повноцінний здоровий спосіб життя, фізичні вправи та оздоровчу продукцію Оріфлейм Wellness. У 2022 році ми впровадили електронне для навчання за програмою Wellness Club Coach та інші цифрові інструменти в 17 країнах. Наразі в програмі беруть участь 32 000 Партнерів бренду, з яких понад 5500 вже сертифіковані. Крім того, понад 500 з них відкрили власні Wellness-клуби.





Почуття приналежності

Ми хочемо, щоб наші Партнери бренду вважали Оріфлейм гарним середовищем для проведення дозвілля змістовно та весело, знайомства з новими друзями та усвідомлення того, що вони є частиною спільноти. Конференції Оріфлейм – це ключ до побудови спільноти Оріфлейм і створення відчуття соціальної приналежності.

На конференціях Партнери бренду Оріфлейм отримують доступ до презентацій нових продуктів і тренінгів, а також мають можливість почути історії про найкращі практики від успішних Лідерів з різних регіонів. Конференції також є платформою для Партнерів бренду, на якій вони можуть дізнатися про бренд і

культуру Оріфлейм, а також зустрітися і поспілкуватися один з одним. Конференції Оріфлейм – це один з наших стратегічних рушіїв зростання і неймовірно потужний стимул для наших Партнерів бренду. Але окрім мотивації, наші конференції також надихають і об'єднують людей. В останньому Глобальному дослідженні брендів Оріфлейм за 2020 рік 81% Партнерів бренду вважало, що Оріфлейм дає їм змогу знайомитися з новими людьми, а наші конференції сприяють цьому.

Міжнародні конференції Оріфлейм

До нашої 55-ї річниці ми нарешті змогли відновити наші офлайн-конференції і створити платформу для наших Партнерів бренду, щоб вони могли зустрічатися і вчитися.



Попри те, що під час пандемії ми швидко перейшли на цифровий формат конференцій, ми були раді запросити наших Партнерів бренду знову зібратися разом особисто.

Нашою головною подією року стала ювілейна Золота конференція в Дубаю, де Партнери бренду з понад 50 країн світу зібралися разом, щоб відсвяткувати 55-річчя нашої компанії. Конференція тривала сім днів і 1600 Партнерів бренду святкували під гаслом «Good as Gold» («Сяйво золота»). Присутність Оріфлейм в Дубаю не могла залишитися непоміченою ні для кого в місті, оскільки однією з багатьох яскравих подій тижня став відеоролик, присвячений 55-річчю Оріфлейм, який показували на фасаді хмарочоса Бурдж Халіфа, визначної пам'ятки міста і найвищої будівлі в світі.

Цифровий формат

Цифрова хвиля, що накрила нас під час пандемії, змінила спосіб проведення конференцій. Хоча мета наших конференцій залишається незмінною, платформа для зустрічі людей може бути як фізичною, так і цифровою – або змішаного формату.

На ювілейній Золотій конференції в Дубаю ми вирішили транслювати деякі заходи для Партнерів бренду і співробітників по всьому світу. Учасники приєднувалися як в онлайн, так і офлайн, щоб дізнатися про комунікаційні стратегії в соціальних мережах і про те, як побудувати особистий бренд в Інтернеті на нашому SoMe Summit. Ми також організували майстер-класи з Wellness-продуктів та догляду за шкірою як для учасників конференції, так і для онлайн-учасників. Завдяки цифровому зв'язку ми можемо звертатися до наших Партнерів бренду по всьому світу і, як наслідок, зміцнювати спільноту Оріфлейм.

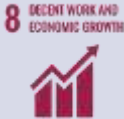




Цілі та зобов'язання



Додатковий дохід

	Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1.	Продовжувати розвивати бізнес, збільшуючи загальну суму щорічних виплат Партнерам бренду.	Щорічно		Зменшився на 2% порівняно з 2021 роком	У 2022 році ми виплатили 244 млн євро, що трохи менше порівняно з 249 млн євро у 2021 році. Ця сума включає виплати, пов'язані з участю незалежних Партнерів бренду у конференціях з продажу.	Продовжуємо працювати над цим
2.	Ми хочемо, щоб наші Партнери бренду сприймали Оріфлейм як гарну можливість для отримання додаткового доходу і більшої свободи та гнучкості у своєму повсякденному житті.	Щорічно		84% бізнес-партнерів Оріфлейм вважають Оріфлейм гарною можливістю для отримання додаткового доходу	Дані останнього Глобального дослідження брендів Оріфлейм 2020 р. Ми вивчаємо нові способи вимірювання нашого прогресу в досягненні цієї мети.	Досягнуто в останньому Глобальному дослідженні бренду (2020)



Зростання та розвиток

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Надавати нашим Партнерам бренду, більшість з яких жінки, онлайн та офлайн тренінги для розвитку навичок продажів, маркетингу та краси.	Щорічно	5 GENDER EQUALITY	Без змін	Загалом 50 ринків впровадили платформу електронного навчання.	В процесі
2. Ми прагнемо, щоб наші Партнери бренду сприймали Оріфлейм як перспективну можливість для навчання та саморозвитку і, як наслідок, відчували, що вони: • Стали більш впевненими в собі • Підвищили свою самооцінку • Покращили свої навички	Щорічно	5 GENDER EQUALITY	76% Партнерів бренду вважають, що компанія «Оріфлейм» допомогла їм підвищити самооцінку та впевненість у собі	Дані останнього Глобального дослідження брендів Оріфлейм 2020 р. Ми вивчаємо нові способи вимірювання нашого прогресу в досягненні цієї мети.	Досягнуто в останньому Глобальному дослідженні бренду (2020)



Почуття приналежності

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Ми прагнемо, щоб наші Партнери бренду вважали Оріфлейм гарним середовищем для проведення дозвілля змістовно та весело, пошуку нових друзів і відчуття приналежності до спільноти.	Щорічно	5 GENDER EQUALITY	81% Партнерів бренду Оріфлейм мають змогу знайомитися з новими людьми	Дані останнього Глобального дослідження брендів Оріфлейм 2020 р. Ми вивчаємо нові способи вимірювання нашого прогресу в досягненні цієї мети.	Досягнуто в останньому Глобальному дослідженні бренду (2020)



Повага до природи

Понад десять років ми систематично прагнемо зменшити наш вплив на природу. Ми почали з визначення та розуміння того, як ми впливаємо на навколишній світ – у межах нашої діяльності та по всьому ланцюжку створення вартості. На основі цього ми розробили стратегію сталого розвитку, зосередивши увагу на найважливіших сферах впливу, де ми маємо найбільші можливості та шанси досягти змін.

Повага до природи починається з того, що ми по-справжньому цінуємо те, що вона дає, наприклад, чисте повітря та воду, стабільний клімат, родючі ґрунти та багате біорізноманіття.

Наше прагнення стати сталою компанією відображено в низці екологічних ініціатив. На практиці це полягає в запобіганні вирубці лісів, недопущенні забруднення повітря, землі та водних шляхів, декарбонізації нашого попиту на енергію, паливо та інгредієнти, а також стимулюванні попиту на екологічну продукцію як щодо рецептури, матеріалів, які ми використовуємо, так і щодо пакування, яке ми обираємо.



Вода

НАША ВОДНА ПОДОРОЖ

2013

Провели глобальне дослідження впливу на воду, щоб визначити наш водний слід.

2015

З 2015 року всі нові засоби для змивання містять лише ексfoliанти натурального походження.
Випущено біорозкладні косметичні серветки, тканинні маски і подушечки для зняття лаку.

2016

Припинено виробництво застарілих продуктів, що містять пластикові мікрогранули та пластикові блискітки.

2017

Запущена лінійка змивних засобів Love Nature з біорозкладними складами.

2018

Розширення здатності до біологічного розкладання на інші лінійки, включаючи Discover.
Ми прагнемо розробити всі нові засоби для догляду за шкірою та особистої гігієни, що змиваються, біорозкладними.

2021

Ми випустили наш перший твердий шампунь – він більш концентрованим, ніж традиційний шампунь, і тому потребує використання меншої кількості води та пакувальних матеріалів.



ЗАХИСТ ВОДНИХ РЕСУРСІВ

Зростає тиск на глобальні водні ресурси – від факторів демографічного та економічного зростання, зміни клімату та забруднення води, до конкуренції за водні ресурси. Проблеми з водою є глобальним викликом, але оскільки ми працюємо в деяких країнах з дефіцитом води, для нас важливо враховувати наслідки і на місцевому рівні. Зі зміною клімату та зростанням населення ми стикаємося з подвійною проблемою: доступ до чистої води та її дефіцит.

У нашому бізнесі ми залежимо від води протягом усього життєвого циклу продукту, зокрема під час пошуку сировини, виробництва та використання продукції споживачами. Тому нам необхідно розв'язати дві основні проблеми:

забруднення води та її дефіцит. Для кращого розуміння цих викликів, кілька років тому ми провели дослідження впливу на воду життєвого циклу репрезентативного набору наших ключових продуктів.

Результати дослідження допомогли нам визначити пріоритетні напрямки нашої водної стратегії та посилити наші зобов'язання. Наприклад, дослідження показало, що протягом життєвого циклу шампуню 88% використання прісної води припадає на частку споживачів. Виходячи з даних цього дослідження, ми шукаємо шляхи залучення наших споживачів до більш раціонального використання води, а також розглядаємо можливості для розробки продуктів, які обмежують вплив на воду.

Жодних пластикових мікрогранул

Забруднення мікропластиком є однією з причин забруднення води. Було виявлено різні джерела такого забруднення, зокрема й використання пластикових мікрогранул у косметичних засобах. Тому на початку 2013 року ми почали тестувати альтернативні варіанти.



Ми дослідили низку альтернатив природного походження, зокрема рослинні воски, шкаралупу горіхів та насіння, які відповідали нашим високим стандартам ефективності та безпеки. З 2015 року всі нові скраби, що потребують змивання, розробляються з використанням скрабувальних частинок природного походження. Крім того, на кінець 2016 року було припинено виробництво застарілих продуктів, що містили пластикові мікронранули та пластикові блискітки.

Біорозкладна формула

Ми знаємо, що засоби, що потребують змивання, мають значний вплив на водну систему. Тому для нас важливо, щоб наші засоби, що потребують змивання та витирання, були біорозкладними. З огляду на це, ми ретельно підбираємо інгредієнти. Задля підтвердження здатності наших засобів, що потребують змивання, до біорозкладання ми вимагаємо, щоб щонайменше 90% інгредієнтів на основі вуглецю були біорозкладними, згідно з методом, розробленим ОЕСР* або аналогічним. Ми взяли на себе зобов'язання, що до 2025 року 100% нових змивних засобів, засобів для догляду за шкірою та особистої гігієни (для обличчя та тіла) матимуть біорозкладну формулу. У 2022 році ми успішно виконали це зобов'язання.

Біорозкладні маски та серветки

Матеріали, які ми використовуємо для виготовлення косметичних серветок, тканинних масок і подушечок для зняття лаку, є біорозкладними з 2015 року. Це означає, що матеріал розкладається природним чином, якщо його правильно утилізувати, а не змивати в каналізацію.

**Організація економічного співробітництва та розвитку*

*** Наш виробничий майданчик Wellness у Китаї було виключено з цільового показника через майнові обмеження, які не дають нам змоги здійснювати операційні вдосконалення.*

Управління водними ресурсами на наших виробничих майданчиках**

Виробництво косметики, використання очищеної води та миття обладнання є найбільш водомісткими процесами, на які припадає більше ніж половини загального водоспоживання компанії. У 2022 році вода, використана в нашій продукції, становила близько 8% від загального обсягу використання на виробничих майданчиках. Близько 70% від загального обсягу води, що використовується на наших виробничих майданчиках, припадає на підземні води. Із загального обсягу забраної води, 40% було скинуто у вигляді стічних вод до міських водопровідних мереж після очищення на очисних спорудах на всіх заводах.

Використання та скидання води може впливати на місцеві екосистеми, а також – на якість води та водопостачання в регіоні. Ми контролюємо використання води на наших виробничих майданчиках з метою підвищення ефективності водокористування та оцінки майбутніх ризиків. Усі виробничі майданчики надійно забезпечені водопостачанням за згодою регуляторних органів. На всіх виробничих майданчиках вода очищується відповідно до чинних норм водокористування, а також контролюються фізичні, хімічні та біологічні параметри якості води перед її скиданням.

Ми використовуємо інструмент WRI Aqueduct Water Tool для оцінки нестачі води в регіонах, де розташовані наші виробничі майданчики. Близько 8% від загального обсягу забраної води припадає на два об'єкти, розташовані в районах з високим рівнем нестачі води.

На цих об'єктах ми впровадили ініціативи з водозбереження та проводимо постійні заходи з поповнення запасів підземних вод.



У 2022 році деякі наші зусилля з підвищення ефективності використання води, такі як повторне використання води, поповнення запасів підземних вод та заходи з економії води, призвели до економії 8,6 мегалітрів води*, таким чином зменшивши нашу залежність від води, що постачається комунальними службами.

Для ефективного управління водними ресурсами ми вжили наступних заходів на наших виробничих майданчиках:

- Завод Wellness у місті Руркі, Індія, є заводом з нульовим скиданням рідини (ZLD). 100% води після очищення повторно використовується для місцевого озеленення.
- У 2022 році на нашому заводі в м. Нойда, Індія, ми повторно використали 1,3 мегалітра води з очисних споруд для охолодження води на градирні.
- На заводі в Польщі вода частково повторно використовується для промивання піщаних фільтрів і мембран зворотного осмосу.
- Дощова вода збирається в спеціальні колодязі для збору дощової води на двох об'єктах: для поповнення ґрунтових вод (Руркі, Індія) і для поливу газонів (Росія). У 2022 році, щоб забезпечити позитивний вплив на водні ресурси, ми поповнили запаси підземних вод на нашому підприємстві в Руркі в об'ємі, що перевищує кількість спожитої води.
- Оптимізоване використання води для очищення, миття посуду та санітарії завдяки використанню датчиків і систем подвійного змиву на нашому виробничому майданчику в Китаї.
- Регулярне навчання працівників на заводах щодо ефективного використання води та наших цілей у сфері водокористування.
- Усі заводи співпрацюють з державними органами для покращення управління водними ресурсами.

**На основі внутрішніх розрахунків і показань лічильників*

*** Наш виробничий майданчик Wellness у Китаї було виключено з цільового показника через майнові обмеження, які не дають нам змоги здійснювати операційні вдосконалення.*



Ми прагнемо скоротити споживання води на одиницю продукції, виробленої на наших власних виробничих майданчиках**, на 10% до 2030 року порівняно з 2019 роком. З 2019 року наше загальне споживання води скоротилося на 35%. Це стало можливим завдяки підвищенню ефективності використання води, а також через зниження обсягів власного виробництва на 40% порівняно з 2019 роком.

Попри економію води та зниження обсягів виробництва, кількість води, необхідної для очищення та санітарних заходів, залишається незмінною. Таким чином, використання води на

одиницю продукції зросло на 13% порівняно з 2019 роком. Ми продовжимо оптимізувати використання води для миття, очищення та виробництва водомістких продуктів задля досягнення наших цілей у сфері водокористування до 2030 року.

Управління водними ризиками та плани щодо їхнього зниження в майбутньому включають пошук рішень щодо підвищення ефективності використання води, альтернативних джерел води на випадок погіршення водопостачання в регіоні з високим рівнем водного навантаження; управління витратами на очищення води, виявлення та усунення витоків, а також регуляторними витратами у разі недотримання місцевих стандартів скидання стічних вод.



Ліс

НАША ЛІСОВА ПОДОРОЖ

2010

Почали звітувати про використання пальмової олії за допомогою сертифікатів RSPO Book & Claim Credits, одночасно підтримуючи трансформацію ринку в бік екологічних продуктів з пальмової олії – одні з перших в косметичній галузі, хто виступив з такою ініціативою.

Розпочато співпрацю з Тропічним альянсом та розроблено глобальне зобов'язання щодо відповідального вибору постачальників паперу.

2012

Випустили перший у світі гель для душі зі 100% сепарованої пальмової олії – Swedish Spa Shower Gel*.

Розпочали звітувати щодо використання лісових ресурсів відповідно до вимог проекту CDP Forest.

2014

Розпочато закупівлю сертифікованої пальмової олії Mass Balance.

2019

Розпочато програму з кліматичної компенсації, що підтримує проекти з лісовідновлення та збереження лісів.

2021

Всі нові дерев'яні олівці в категорії «Декоративна косметика» були виготовлені з деревини, сертифікованої FSCTM (сертифікат Лісової опікунської ради).

2022

Розпочато програму «Лісові зобов'язання», яка стосується не лише використання паперу та пальмової олії, а й інших матеріалів, які можуть сприяти вирубці лісів та перетворенню екосистем.

*Продукт більше не входить до нашого асортименту.



Ліс

ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ЩОДО ЗАХИСТУ ЛІСІВ ШЛЯХОМ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ

Ліси займають близько третини земної поверхні. Згідно зі Звітом про стан світових лісів за 2022 рік, ліси поглинають 662 мільярди тонн вуглецю. За оцінками, близько 1% світових трудових ресурсів працює безпосередньо у офіційному та неофіційному лісовому секторі. Блага, отримані від певних послуг лісових екосистем, таких як рекреація, недеревна продукція лісу, водні послуги тощо, оцінюються в 7 трильйонів євро, що становить близько 9% світового валового внутрішнього продукту. Найбільшою загрозою для наших лісів сьогодні є вирубка. Вирубка лісів може спричинити зміну клімату, опустелювання, ерозію ґрунту та підвищити ризик пандемій, окрім іншого. Зміна клімату може вплинути

на наявність та доступ до певних видів сировини, що призведе до суттєвих змін у ринкових цінах. Ліси відіграють життєво важливу роль в обмеженні зростання середньої глобальної температури до 1,5°C. Вони надають можливість зменшити викиди шляхом обмеження вирубки лісів та кількості вуглецю, який може поглинатися, завдяки лісовідновленню та природоохоронним заходам.

Шведська природа завжди надихала нас використовувати натуральні екстракти для виробництва високоякісної та ефективної продукції, виготовлену з повагою до природи. Ми розуміємо нашу залежність від лісів як джерела природної сировини і усвідомлюємо, що при неправильному управлінні деяка сировина, яку використовує Оріфлейм, зокрема деревина, папір,



пальмова олія тощо, може призвести до ризику вирубки лісів і зміни екосистем. Наша основна сировина за обсягами використання – це деревина. Ми працюємо з нашими постачальниками, щоб вони могли щорічно звітувати про свої обсяги та дотримання принципів сталого розвитку. У 2022 році ми використали 7126 тонн деревини*. 86% від загального обсягу склав папір для каталогів, 14% – пакування з паперу та картону, а 0,2% – вироби з деревини. У 2021 році ми запустили електронний каталог, цифрову версію каталогу Оріфлейм. У 2022 році, у міру зростання популярності електронного каталогу на наших ринках, ми також інтегрували його в інші цифрові платформи. Як результат, наше загальне споживання паперу для каталогів і паперового та картонного пакування скоротилося на 60% порівняно з 2021 роком.

Оскільки значна частина нашого впливу зумовлена сировиною, яку ми використовуємо, ми повинні приймати правильні рішення щодо того, як, де і що ми отримуємо для уникнення вирубки лісів. Ми щорічно звітуємо про наші ризики, пов'язані з лісами, щодо деревини та пальмової олії в CDP – глобальну систему розкриття інформації для інвесторів та компаній з метою управління впливом на довкілля. У 2022 році ми покращили наш показник рейтингу CDP Forest до «А-» щодо використання пальмової олії (рівень лідерства) та отримали «В» за деревину.

Зобов'язання Оріфлейм щодо захисту лісів

Ми почали працювати в напрямку більш сталого ведення лісового господарства в 2010 році. У співпраці з Тропічним альянсом ми розробили глобальне Зобов'язання щодо відповідального вибору

**Дані з анкет постачальників. Частка відповідей – 89%. Включає сировину з прямих джерел, готову продукцію власного виробництва та первинне пакування нашої продукції в рамках глобальних операцій.*

***Джерело визначається на рівні заводу*

постачальників паперу, яке було оновлено у 2014 році. У 2022 році ми розробили і презентували Зобов'язання Оріфлейм щодо захисту лісів. Це Зобов'язання замінило наше попереднє Зобов'язання щодо відповідального вибору постачальників паперу, включивши в нього основні види лісової сировини, і окреслило наші амбіції щодо створення відповідальних ланцюгів постачання. Лісова сировина в рамках нашого Зобов'язання включає як деревні, так і недеревні лісові матеріали, деякі з яких пов'язані з ризиком вирубки лісів.

Ми будемо працювати разом з нашими постачальниками та в рамках нашої власної діяльності над недопущенням вирубки лісів та зміни природних екосистем у всіх наших ланцюгах постачання, що підпадають під дію цього зобов'язання. Для отримання більш детальної інформації про сферу застосування, цілі для конкретних товарів і терміни виконання, будь ласка, див.

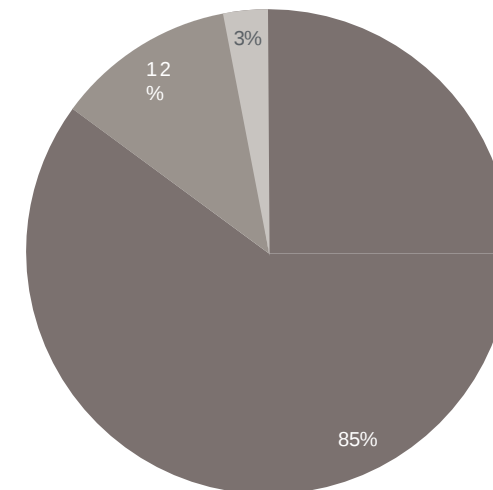
[Зобов'язання Оріфлейм щодо захисту лісів.](#)

Стале постачання деревних матеріалів

У рамках наших зобов'язань щодо сталого постачання ключової лісової сировини, ми прагнемо закуповувати 100% обсягів нашої паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) із сертифікованих лісів зі сталим управлінням або з переробленої сировини. Таким чином, до 2025 року 100% обсягів паперової продукції матимуть прозорість ланцюга постачання до країни походження та рівня фабрики.

На практиці це означає надання переваги паперу, за можливості сертифікованому Лісовою опікунською радою (FSCTM). На деяких ринках, де сертифікація FSCTM недоступна, ми допускаємо інші сертифікати, які відповідають нашим мінімальним вимогам, наприклад, Програми схвалення лісової сертифікації (PEFC). У 2022 році 97% обсягів паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) було отримано із сертифікованих

Папір і картон для пакування та каталожний папір з надійних сертифікованих джерел* або перероблених матеріалів у 2022 році



- Папір для каталогів
- Паперове та картонне пакування
- Несертифіковані джерела

сталих джерел** або з переробленої сировини з прозорим ланцюгом постачання аж до заводу. Сюди не включено 2% обсягів, походження яких пов'язане з Росією, де FSCTM призупинила свою діяльність у 2022 році, а отже, будь-які обґрунтовані претензії щодо сертифікації залишаються неперевіреними. Результати ґрунтуються на частці респондентів, що відповіли на опитування, яка становить 89%. Ефективність оцінювалася на основі даних, зібраних під час опитування постачальників лісоматеріалів, що включає продукцію на основі деревини,



папір і картон для первинного пакування продукції, а також папір для каталогів.

Опитування було розроблене Тропічним альянсом для перевірки походження паперу, заяв постачальників про сертифікацію FSCTM або інших надійних сертифікованих джерел та прозорості ланцюга постачання.

У 2022 році у партнерстві з Тропічним альянсом ми також оцінили ризик вирубки лісів, пов'язаний з країною, з якої ми отримуємо папір, що використовується для виготовлення каталогів та первинного пакування продукції. Це було зроблено на основі списку оцінки ризиків для країн, розробленого неприбутковою організацією «Preferred by Nature». Компанія «Preferred by Nature» керує хабом з відкритим вихідним кодом, який у співпраці з місцевими експертами з лісового господарства проводить оцінку ризиків легальності деревини для більш ніж 70 країн.

У 2022 році близько 97% наших обсягів паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) було виготовлено в країнах з низьким ризиком вирубки лісів. 2% обсягів паперової продукції було заготовлено в країнах з високим ризиком вирубки лісів, і 1% – з вторинної сировини та невідомого походження, обсяги якої неможливо відстежити до жодної країни. Загалом, у 2022 році 99% обсягів нашої паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) можна було відстежити до країни-виробника.

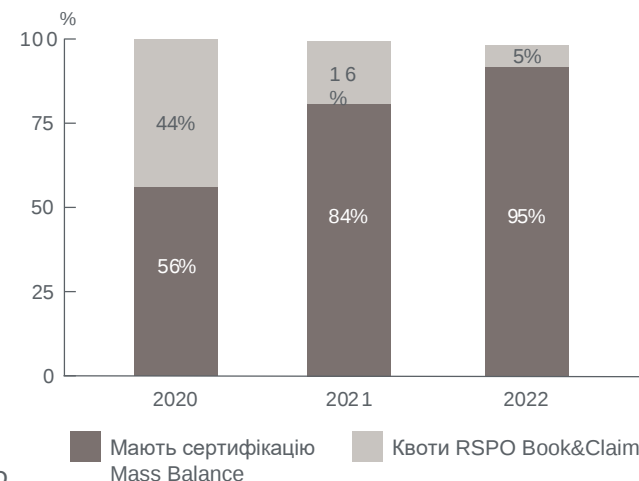
До 2025 року ми прагнемо отримувати 100% всієї нашої сертифікованої продукції з деревини з лісів зі сталим лісоуправлінням. У 2020 році ми розпочали перехід на використання деревини, сертифікованої FSCTM, для наших косметичних олівців. У 2022 році всі наші дерев'яні олівці в категорії «Декоративна косметика» та пензлики для макіяжу в категорії «Аксесуари» були виготовлені із деревини з лісів зі сталим управлінням.

На шляху до сталого майбутнього: використання пальмової олії

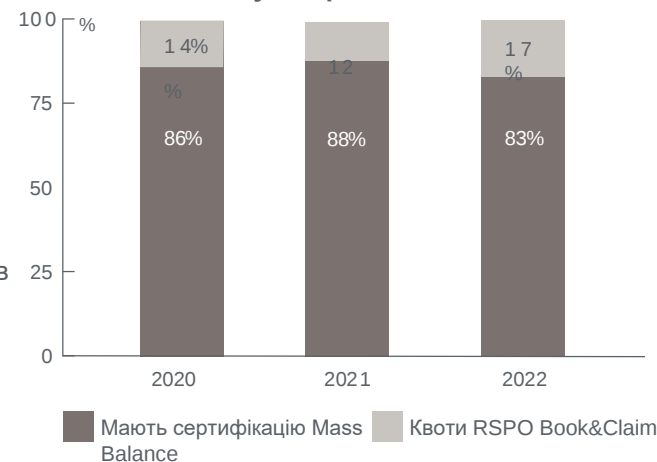
Пальмова олія – одна з найпоширеніших у світі сировин, попит на яку продовжує зростати. Її виробництво може мати серйозні екологічні наслідки, такі як масштабна вирубка лісів і знищення біотопів, ерозія ґрунтів, забруднення та зміна клімату. Однак припинення використання пальмової олії зміщує проблему в інше русло. Для отримання такої ж кількості інших рослинних олій, потрібно в 4-10 разів більше земельних ділянок, а пальмова олія дає найвищу врожайність з гектара. За даними WWF, пальмова олія задовольняє 40% світового попиту на рослинну олію, займаючи лише 6% земельних ділянок. Пальмова олія, вироблена та отримана з екологічно чистих джерел, може мати позитивний вплив на захист довкілля та розвиток фермерських господарств. Ми є членом Круглого столу з питань сталого виробництва пальмової олії (RSPO) з 2010 року. До 2025 року ми прагнемо отримувати 100% пальмової олії та сировини на основі пальмової олії для використання у власному виробництві, зокрема й компоненти, а також для виготовлення мила у брусках за субпідрядом, із сертифікованих (Mass Balance) виробництв зі сталим управлінням. Якщо відсутні компоненти, сертифіковані за стандартом Mass Balance, ми використовуємо квоти RSPO Book&Claim.

У 2022 році ми закупили 2884 тонни компонентів сировини на основі пальмової олії (45%) та пальмоядрової олії (55%), які використовуються у власному виробництві та у виробництві мила в брусках субпідрядниками. З них 1 107 тонн компонентів пальмової олії та 1473 тонни компонентів пальмоядрової олії пройшли сертифікацію Mass Balance. Це означає, що 89% від загального обсягу компонентів пальмової олії та сировини на основі пальмової олії, що використовуються у власному виробництві та у виробництві мила в брусках субпідрядниками, постачаються з сертифікованих сталих джерел (RSPO Mass Balance).

Сертифіковані компоненти пальмової олії та пальмоядрової олії у нашій сировині



Сертифіковані компоненти пальмової олії та пальмоядрової олії мила убрусках, виготовлених субпідрядниками





Решта наших витрат (11%) буде покрита за рахунок квот RSPO Book & Claim.

Частка сертифікованих RSPO Mass Balance компонентів у сировині на основі пальмової олії та пальмоядрової олії, що використовується у власному виробництві, становила 95%. У нашому милі у брусках, виготовлених субпідрядниками, 83% компонентів пальмової олії та пальмоядрової олії були сертифіковані RSPO Mass Balance. Це менше порівняно з 88% у 2021 році. У 2022 році обсяги виробництва мила в брусках зменшилися на 27%. Внаслідок цього частка компонентів пальмової та пальмоядрової олії, сертифікованих RSPO, у брусках мила зменшилася. Ми маємо обмежену інформацію про загальні обсяги та рівень сертифікованих за стандартом Mass Balance похідних пальмової та пальмоядрової олії, що використовуються в деяких наших субпідрядних готових виробках. Щодо мила в брусках, виготовленого за субпідрядом, ми вже кілька років працюємо разом із нашими постачальниками над картою ланцюга постачання та обліком обсягів з фізично сертифікованих сталих джерел.

У 2022 році це дозволило нам домогтися прозорості ланцюга постачання аж до рівня підприємств, на яких ми виробляємо мило в брусках за субпідрядом. Завдяки цьому 48% наших загальних обсягів (2448 тонн) компонентів пальмової та пальмоядрової олії було простежено аж до рівня заводу-виробника. Це було зроблено на основі внутрішньої оцінки RSPO статусу виробництв наших постачальників за допомогою Універсального переліку виробництв для підтвердження обсягів, що походять з джерел з низьким ризиком вирубки лісів. Універсальний список виробництв (UML) – це збірник місць розташування заводів з виробництва пальмової олії по всьому світу на основі даних, наданих переробниками, рейдерами та виробниками споживчих товарів, а також Круглого столу з питань сталого виробництва пальмової олії (RSPO). Наша мета полягає в тому, щоб до 2030 року вся сировина на основі пальмової та пальмоядрової олії, що використовується у власному виробництві, включаючи компоненти, та виробництві мила в брусках за субпідрядом, була на 100% простежуваною аж до рівня заводу.





Клімат

НАШ КЛІМАТИЧНИЙ ШЛЯХ

2010

Розпочато підрахунок викидів парникових газів.

Розпочато підготовку кліматичної звітності CDP.

2011

Розпочато програму внутрішнього енергоаудиту в офісах і на виробничих майданчиках.

2014

Встановлено сонячні панелі на нашому виробничому майданчику Wellness в Індії.

2015

Два наші нові виробничі майданчики в Руркі, Індія, та Ногінську, Росія, отримали сертифікат LEED® – сертифікат екологічного будівництва, який передбачає визнання найкращих у своєму класі будівельних практик.

2016

Головний офіс у Москві отримав сертифікат BREEAM – «сертифікацію» зеленого будівництва.

2018

100% відновлюваної електроенергії на всіх об'єктах Оріфлейм.

2019

100% кліматично нейтральна діяльність – розпочато програму кліматичної компенсації для щорічної компенсації викидів від діяльності Оріфлейм (Напрямки 1, 2 та частини Напрямки 3). Організували наші перші дві кліматично нейтральні конференції.

2020

Досягнута наша кліматична ціль. За 10 років (2010-2020 рр.) ми скоротили загальну кількість викидів парникових газів на 76%.

2021

Затверджено цілі зі скорочення викидів парникових газів до 2030 року в рамках ініціативи «Науково обґрунтовані цілі» (Science Based Targets).

Компанію визнано однією із 300 кліматичних лідерів у Європі, за версією Financial Times та Statista.

Встановлено сонячні панелі на нашому виробничому майданчику в Індії.

2022

Другий рік поспіль компанія здобуває звання «Кліматичний лідер» в Європі за версією Financial Times та Statista.



Клімат

ШЛЯХ ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Викиди парникових газів є серйозною глобальною проблемою і основним чинником глобального потепління та зміни клімату. Щороку Організація Об'єднаних Націй повідомляє про зростання рівня вуглекислого газу (CO₂) та інших парникових газів (ПГ) в атмосфері. У найближчі роки зміна глобальних кліматичних моделей призведе до більш екстремальних і непередбачуваних погодних умов, включаючи частіші та інтенсивніші шторми, спеку, посухи та повені.

У Звіті про глобальні ризики Всесвітнього економічного форуму 2022 року провал кліматичних заходів та екстремальні погодні умови названі двома найсерйознішими ризиками в глобальному масштабі на найближчі 10 років.

Ми робимо кроки щодо інтеграції питань сталого розвитку в процес зниження ризиків компанії та їх пом'якшення. Таким чином, ми визначаємо ризики, пов'язані зі зміною клімату для нашого бізнесу, а також вплив нашого бізнесу на клімат, як безпосередньо через нашу діяльність, так і опосередковано через наш ланцюжок постачання. Ми також розуміємо, що зміна клімату може вплинути на наш доступ до певних видів сировини та на нашу діяльність через природні загрози та катастрофи, спричинені зміною клімату (наприклад, повені, погодні умови). Це мотивує нас вживати заходів для зменшення нашого впливу на природу та переходу до низьковуглецевої економіки.

Ми щорічно звітуємо про наші ризики, пов'язані з кліматом, CDP – глобальної системи розкриття інформації для інвесторів та компаній щодо управління впливом на навколишнє середовище, і у 2022 році ми отримали оцінку «В» у категорії «Клімат». Як член Європейського кліматичного пакту, ми підтримуємо Європейську комісію в досягненні її мети – до 2050 року стати першим кліматично нейтральним континентом у світі.



Ефективність

Наші цілі зі скорочення викидів були затверджені на рівні, необхідному для досягнення цілей Паризької кліматичної угоди. Оріфлейм зобов'язується скоротити викиди парникових газів в рамках Напрямків 1 і 2 на 50% до 2030 року порівняно з 2019 роком. Оріфлейм також зобов'язується скоротити викиди парникових газів в рамках Напрямку 3 на 22% на одиницю проданої продукції за той самий період часу.

У 2022 році ми скоротили абсолютну кількість викидів ПГ за Напрямком 1 та 2 на 35% порівняно з 2019 роком, а викиди парникових газів в рамках Напрямку 3 на одиницю проданої продукції скоротилися на 19% порівняно з 2019 роком. Зменшення викидів у 2022 році порівняно з 2019 роком відбулося завдяки зменшенню кількості одиниць продукції у 2022 році.

Наш прогрес у досягненні науково-обґрунтованих цілей буде щорічно відстежуватися за допомогою анкети з питань клімату CDP.

Викиди парникових газів

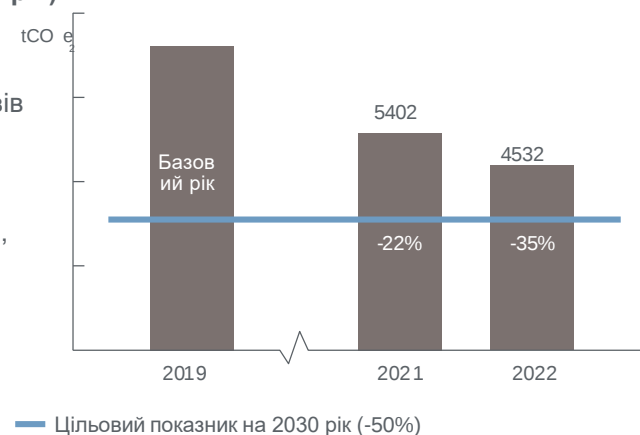
Нашими основними джерелами викидів ПГ у рамках Напрямків 1 і 2 є паливо та централізоване опалення, що спалюються при споживанні енергії в наших офісах, виробничих майданчиках та на складах. Оскільки ми закуповуємо 100% відновлюваної електроенергії, ми враховуємо це як нуль тонн CO₂e відповідно до ринкової методології.

У рамках Напрямку 3 нашими найбільшими джерелами викидів парникових газів є придбані товари та послуги, такі як готова продукція від зовнішніх постачальників та виробництво каталогів, а також транспортування та дистрибуція і орендовані активи після продажу.

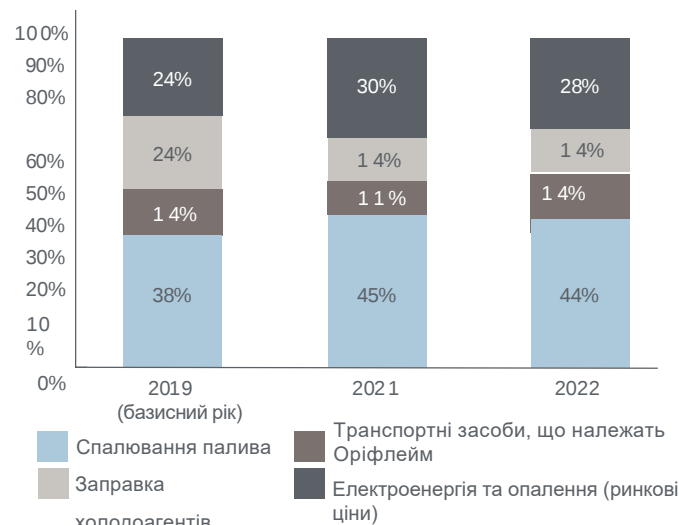
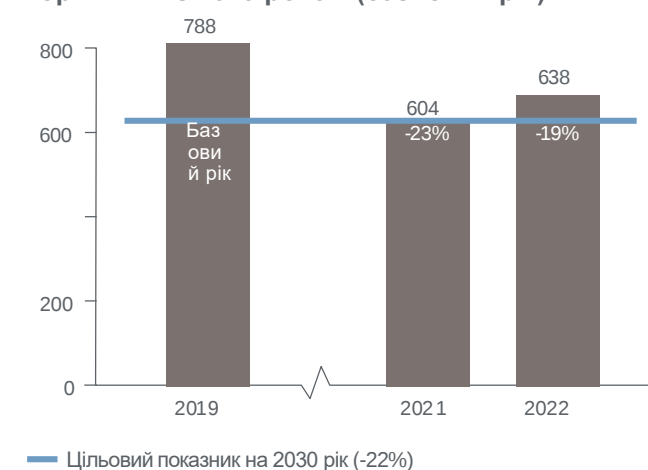
Розподіл енергії

Загалом, 56% енергії, спожитої компанією Оріфлейм протягом року, було отримано з відновлюваних джерел. Загалом споживання енергії в

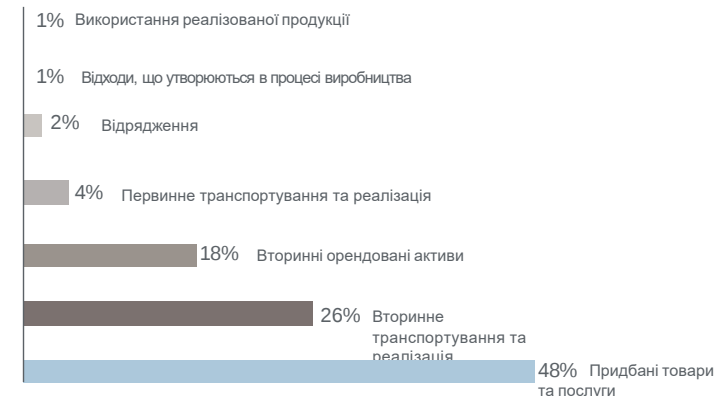
Викиди парникових газів в рамках Напрямків 1 та 2 у порівнянні з 2019 роком (базисний рік)



Викиди парникових газів в рамках Напрямку 3 на одиницю проданої продукції у порівнянні з 2019 роком (базисний рік)



Науково обґрунтовані цілі у 2022 році





Боротьба зі зміною клімату

За останнє десятиліття (2010-2020 рр.) ми скоротили загальну кількість викидів парникових газів (Напрямок 1, Напрямок 2 і частково Напрямок 3) на 76% завдяки впровадженню загальнокорпоративної програми зі скорочення викидів.

Ми впровадили програму енергоаудиту на наших виробничих майданчиках з акцентом на енергоефективність, споживання води та відходи. Це допомогло нам визначити сфери, які потребують покращення, та розробити програми енергозбереження.

Згідно з останніми даними кліматології, підвищення глобальної температури не повинно перевищувати 1,5°C порівняно з доіндустріальним рівнем для уникнення серйозних наслідків зміни клімату. Ця мета вимагає скорочення викидів вдвічі до 2030 року.

Приватний сектор відіграє важливу роль, і ми в Оріфлейм прагнемо досягти наших науково обґрунтованих цілей. Наші основні ініціативи спрямовані на скорочення прямих і непрямих викидів від власної діяльності, а також нашого ланцюжка створення вартості, викладеного нижче.

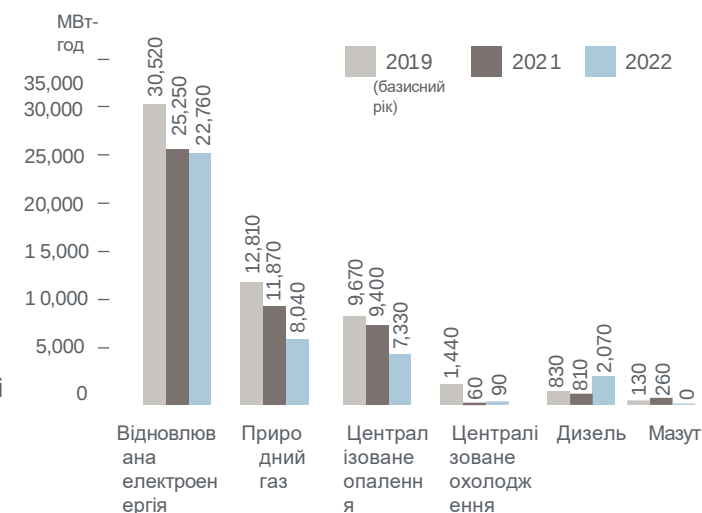
Енергоефективні будівлі

Ми прагнемо сертифікувати все нове будівництво та капітальні реконструкції. У 2015 році ми побудували два нові виробничі майданчики в Ногінську (Росія) та Руркі (Індія), сертифіковані за стандартом LEED®. LEED® – це сертифікація зеленого будівництва, яка визнає найкращі у своєму класі практики сталого будівництва. Наступного року наш головний офіс у Москві отримав сертифікат BREEAM – ще один метод сертифікації екологічного будівництва, який допомагає впроваджувати стійкі покращення за рахунок операційної ефективності. Наш виробничий майданчик у Польщі пройшов оцінку Eco-Vadis – системи показників для оцінки екологічних, соціальних та етичних ризиків – і отримав золоту сертифікацію. Крім того, виробництво

в Польщі та Росії має сертифікати систем екологічного менеджменту (ISO 14001:2015).

У 2022 році ми впровадили заходи з енергоефективності у нашому глобальному хабі в Польщі, що допомогло скоротити викиди на майданчику приблизно на 55% порівняно з 2021 роком. Заходи включають оптимізацію температури в складських та громадських приміщеннях, встановлення активних датчиків освітлення на складі та оптимізацію режимів завантаження навантажувачів.

Джерела енергії в організації**



* Наш виробничий майданчик Wellness у Кумаї було виключено з цільового показника через майнові обмеження, які не дають нам змоги здійснювати операційні вдосконалення.

** Числа округлені до найближчих 10.

організації скоротилося на 15% у 2022 році, до 40000 МВт-год. Більша частина енергії походить з відновлюваних джерел, але природний газ і централізоване теплопостачання також є великими джерелами енергії. Ми взяли на себе зобов'язання скоротити споживання енергії на одиницю продукції, виробленої на наших власних виробничих майданчиках**, на 10% до 2030 року порівняно з базисним 2019 роком. У 2022 році ми збільшили споживання енергії на одиницю продукції на 32% порівняно з базисним 2019 роком. На це вплинуло значне зниження обсягів виробництва, тоді як споживання енергії залишилося майже на рівні минулого року. Ми продовжимо впроваджувати заходи з енергоефективності на наших виробничих майданчиках, щоб досягти нашої енергетичної мети до 2030 року.



100% відновлюваної електроенергії на всіх об'єктах

Наша стратегія пошуку джерел енергії зосереджена на отриманні електроенергії з відновлюваних джерел від постачальників за контрактами, виробництві електроенергії з відновлюваних джерел на місці та купівлі енергетичних сертифікатів. Система сонячних панелей потужністю 0,1 МВт, встановлена на виробничому майданчику в Польщі у 2021 році, була введена в експлуатацію у 2022 році. Сонячні панелі були встановлені на нашому виробничому майданчику Wellness в Індії в 2014 році і покривають близько 5% споживання заводу станом на 2022 рік. Виробництво електроенергії з відновлюваних джерел на цих двох виробничих майданчиках у 2022 році становило 1% від загального споживання електроенергії на наших виробничих майданчиках. До 2030 року ми плануємо збільшити частку власної електроенергії з відновлюваних джерел на наших виробничих майданчиках* до 10% порівняно з базисним 2019 роком.

Для об'єктів, які не виробляють або не закуповують електроенергію з відновлюваних джерел безпосередньо, ми використовуємо сертифікати енергетичних характеристик (ЕАС). ЕАС є єдиним документом, що підтверджує використання енергії з відновлюваних джерел і дозволяє нам прозоро документувати походження електроенергії, яку ми споживаємо з відновлюваних джерел. У Європі ми застосовуємо такий інструмент як Гарантії походження (GO), а на інших континентах – Міжнародний стандарт REC (I-REC). З 2018 року ми придбали сертифікати енергетичних характеристик для всіх об'єктів, якими керує Оріфлейм (офіси, виробничі майданчики та склади). Джерелом цієї електроенергії є поєднання вітрової, сонячної та гідроенергії. Викиди CO₂ від споживання такої електроенергії дорівнюють нулю, якщо використовувати ринкову методологію.





Логістична програма

Ми розробили логістичну програму для поступової консолідації місцевих складів і переміщення наших постачальників продукції, друку каталогів і глобальних дистриб'юторських центрів ближче до наших основних ринків. Вперше з 2010 року наші викиди від глобальних логістичних перевезень зросли на 5% на кожну відвантажену палету в період 2010-2022 років.

Протягом 2022 року ми скоротили загальну кількість палет, що використовуються під час повітряних, автомобільних та морських перевезень, на 23% та оптимізували завантаження коробок на палету. Однак через збільшення обсягів авіаперевезень загальний обсяг викидів на одну палету збільшився. Ми постійно переглядаємо схеми пакування та завантаження, щоб вмістити більше товарів у кожну вантажівку та контейнер. При виборі автоперевізників, мінімум 85% заміненого обладнання повинно відповідати екологічному стандарту Євро 4, Євро 5 або Євро 6.

Покращення пакування

З метою досягнення наших цілей зі скорочення викидів до 2030 року, ми також зосереджуємося на зменшенні впливу пакування нашої продукції на клімат. Збільшення частки перероблених матеріалів у нашому пакуванні, зменшення ваги пакування та розробка рефілів – ось деякі приклади заходів, які ми вживаємо для покращення нашого пакування, що згодом призведе до зменшення викидів парникових газів. Ці зусилля дозволили нам запобігти викидам 490 т CO₂e у 2022 році. Детальніше про ці ініціативи читайте у розділі «Пакування»



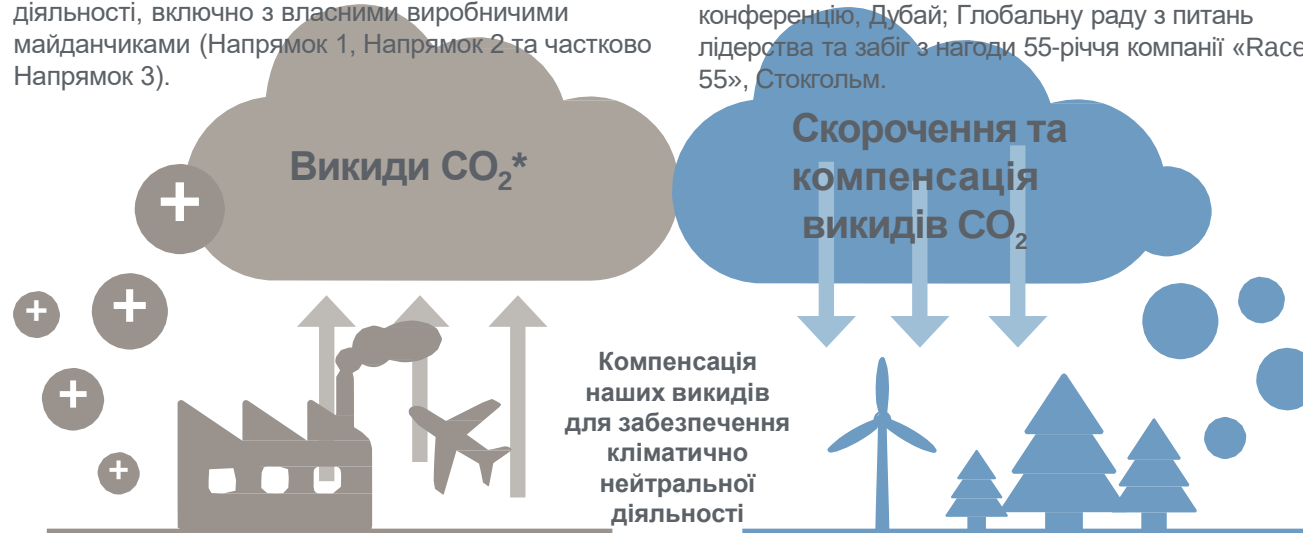


Діяльність та заходи з нульовим впливом на навколишнє середовище

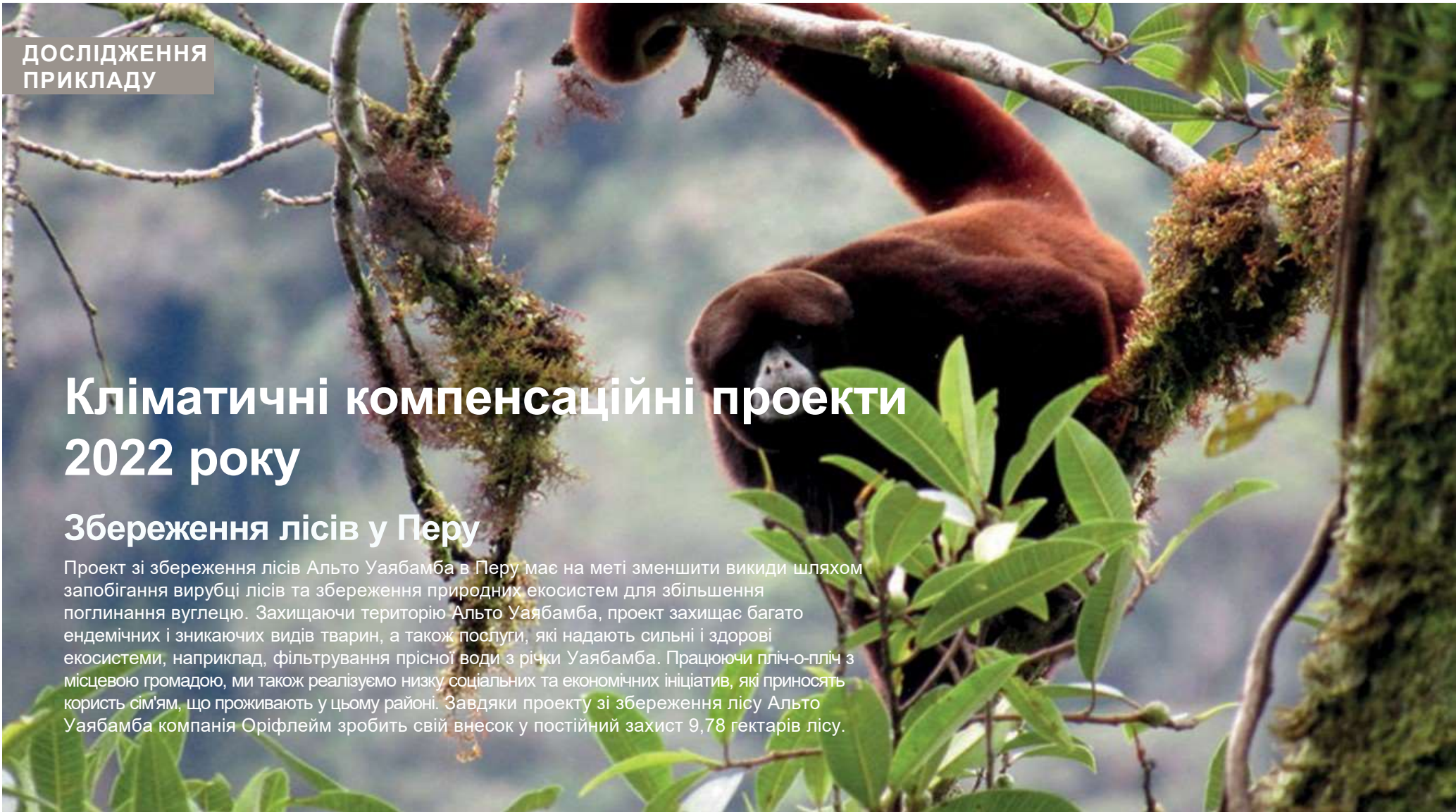
Майбутнє, в якому світ прагне утримати підвищення середньої глобальної температури в межах 1,5°C, вимагає інвестицій у проекти із секвестрації вуглецю на додаток до скорочення викидів.

Ми постійно працюємо над скороченням викидів парникових газів у нашій діяльності та ланцюжку створення вартості. З 2019 року ми щорічно компенсуємо частину викидів парникових газів, які ми не можемо скоротити (Напрямок 1, Напрямок 2 та окремі категорії в рамках Напрямку 3). У 2022 році це було зроблено шляхом придбання «вуглецевих кредитів» у проектах зі збереження лісів та відновлюваної енергетики в Перу, Китаї, Туреччині та Індонезії. Врівноважуючи наші викиди рівною кількістю ініціатив зі скорочення викидів та вуглецевих кредитів, ми є кліматично нейтральними у власній діяльності, включно з власними виробничими майданчиками (Напрямок 1, Напрямок 2 та частково Напрямок 3).

У 2019 році ми організували наші перші кліматично нейтральні конференції, а з 2020 року ми прагнемо, щоб усі наші регіональні та глобальні конференції були сертифіковані як кліматично нейтральні. Це досягається шляхом попередньої кількісної оцінки всіх викидів парникових газів від заходу відповідно до Протоколу викидів парникових газів, включаючи всі переїзди учасників, харчування, проживання в готелях, використання енергії тощо. Потім розрахунки перевіряються третьою стороною, компанією «South Pole», для забезпечення відповідності їхній сертифікації кліматично нейтральних заходів, визначеній найсуворішим стандартом PAS 2060. Насамкінець, ми впроваджуємо ініціативи зі скорочення викидів, щоб зменшити подальший вплив на клімат. Ми компенсуємо викиди, які не можемо скоротити. У 2022 році ми організували чотири кліматично нейтральні конференції: Європейський підприємницький саміт, Родос; Золоту конференцію, Дубай; Глобальну раду з питань лідерства та забіг з нагоди 55-річчя компанії «Race for 55», Стокгольм.



*3 Напрямок 1, Напрямок 2 та частини Напрямку 3



ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИКЛАДУ

Кліматичні компенсаційні проекти 2022 року

Збереження лісів у Перу

Проект зі збереження лісів Альто Уаябамба в Перу має на меті зменшити викиди шляхом запобігання вирубці лісів та збереження природних екосистем для збільшення поглинання вуглецю. Захищаючи територію Альто Уаябамба, проект захищає багато ендемічних і зникаючих видів тварин, а також послуги, які надають сильні і здорові екосистеми, наприклад, фільтрування прісної води з річки Уаябамба. Працюючи пліч-о-пліч з місцевою громадою, ми також реалізуємо низку соціальних та економічних ініціатив, які приносять користь сім'ям, що проживають у цьому районі. Завдяки проекту зі збереження лісу Альто Уаябамба компанія Оріфлейм зробить свій внесок у постійний захист 9,78 гектарів лісу.



ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИКЛАДУ

Гідроелектростанція на річці Асахан в Індонезії

Цей проект, що реалізується на одній з найбільших річок Суматри, Асахан, спрямовує енергію потоку води на виробництво електроенергії з відновлюваних джерел. Усуваючи необхідність будівництва дамби або водосховища, проект зберігає ландшафт, одночасно забезпечуючи енергією економіку Індонезії та підтримуючи перехід країни до відновлюваної енергетики. Надаючи екологічно чисту енергію для забезпечення сталого розвитку, проект скорочує викиди парникових газів, які в іншому випадку були б спричинені використанням викопного палива, що наразі забезпечує значну частку електроенергії в енергосистемі Суматри. Сусідні місцеві громади отримують вигоду від збільшення можливостей працевлаштування, а також від численних ініціатив, що фінансуються проектом, таких як встановлення системи питної води, навчальні ресурси та реконструкція підвір'їв шкіл, розташованих поблизу.

Окрім вищезгаданих проектів, Оріфлейм також підтримує проект геотермальної електростанції Улубелу в Індонезії та вітроенергетичні проекти в Туреччині та Китаї.



Пакування

НАШ ШЛЯХ ДО СТВОРЕННЯ ПАКОВАННЯ

2009

Запуск першого пакування у форматі рефіл.

2011

Початок використання вторинного пластику (PCR) в пакуванні.

2012

Запуск першої тари із вторинного скла.

2014

Перші випробування біоматеріалів.

2020

Запущено концепцію Greener Packs як керівництво до пакувальних рішень зі зменшеним впливом на навколишнє середовище.

Запуск лінійки Beautanicals з пакуванням, що містить найвищий вміст вторинної сировини у всіх наших лінійках. Флакони виготовлені зі 100% PCR-пластику.

Запущено першу туш для вій з пакуванням, виготовленим з PCR-пластику.

2021

Запущено кілька лінійок з логотипом Greener Pack, наприклад, SE – Swedish Experience, з вдосконаленим пакуванням, яке на 40% складається із PCR-склопластику, та Optimals Urban Guard 3D з полегшеними флаконами для сироватки та PCR-матеріалами в окремих флаконах, тубиках та банках.

2022

Запуск пакування у форматі рефіл Feminelle Refills, в якому зменшено використання пластику на 73% порівняно з оригінальною пляшкою.



Пакування

МИ ПРАГНЕМО ДО БІЛЬШ СТАЛИХ ПАКУВАЛЬНИХ РІШЕНЬ ТА ЗМЕНШЕННЯ КІЛЬКОСТІ ВІДХОДІВ

Пакування є важливою частиною споживчого досвіду і гарантує, що споживачеві доставляється безпечна та якісна продукція. Сьогодні пакування має значний вплив на навколишнє середовище, як під час виробництва, так і під час його утилізації.

Оріфлейм вірить у циклічність, і ми хочемо відійти від сьогоднішньої лінійної моделі «добути, використати, викинути» («take, make, waste») (добути, використати, викинути) і зробити свій внесок у циклічну економіку. На пакування припадає 11% наших викидів в рамках ініціативи «Науково обґрунтовані цілі». Тому дії, спрямовані на розробку пакування зі зменшеним впливом на довкілля, сприятимуть досягненню наших цілей зі скорочення викидів до 2030 року. Наша стратегія щодо пакування зосереджена на п'яти ключових напрямках:

1. Вторинні матеріали

Світове виробництво та споживання первинного пластику продовжує зростати, а обмежений доступ до правильної утилізації відходів призводить до глобального забруднення пластиком, що має негативні наслідки для здоров'я людей, здоров'я тварин і наш клімат.

Ми прагнемо збільшити використання вторинних матеріалів у пакуванні всіх наших продуктів. У 2022 році ми вдосконалили нашу систему збору та реєстрації даних про пакування на матеріальному рівні, що базується на проданих одиницях товару. Нашими основними пакувальними матеріалами за вагою є скло (48%) та пластик (40%). Тому ми зосереджуємося на переході до більшого використання вторинного пластику та скла для всіх наших брендів. У 2022 році ми запровадили внутрішні керівні принципи щодо вторинного пластику в пакуванні нашої косметики*, які визначатимуть наш майбутній розвиток в цьому аспекті. Це передбачає зобов'язання використовувати щонайменше 30% вторинного пластику в новій ПЕТ-тарі та 25% переробленого скла в новій скляній тарі, де це технічно можливо. У 2022 році 20% нашого ПЕТ-пакування для косметики було виготовлено з вторинного з пластику. Крім того, 13% нашого пакування для косметики з ПЕ та ПЕТ було виготовлено з вторинного пластику, що відповідає нашому зобов'язанню досягти 20% до 2022 року. Використовуючи вторинні матеріали, ми зменшуємо кількість первинних матеріалів, що використовуються, і робимо свій внесок у циклічну економіку. Однак вторинні матеріали ще не доступні для всіх типів матеріалів з пластику, і їх може бути важко знайти на деяких ринках Оріфлейм.

**Застосовується до пакування, розробленого централізовано. Регіональні розробки залежать від місцевої інфраструктури та правил переробки.*



Тому ми прагнемо використовувати вторинні матеріали там, де це технічно можливо, і з часом поступово збільшуватимемо їх відсоток у пакуванні нашої продукції. Ми вирішили використовувати PCR-матеріали, які відповідають галузевим стандартам, для забезпечення безпеки та якості продукції. У 2022 році ми продовжили впроваджувати PCR-пластик у наше пакування, особливо у пляшки та банки, включаючи перезапуск лінійки Love Nature та більшість засобів догляду за шкірою Waunt, при цьому пакування, що містить перероблене скло або пластик, становить 25-100% від загального обсягу пакування продукції. Протягом року завдяки використанню PCR-пластику в пакуванні нашої косметики* його кількість зросла до 6% від загального об'єму пластикового пакування. До 2025 року ми плануємо, що значна частка нашого пластикового пакування буде виготовлятися з вторинного пластику або з інших стійких матеріалів.

2. Відновлювальні матеріали

Відновлювані матеріали, отримані у сталий спосіб, є частиною нашої стратегії. Заміна матеріалів з обмеженими ресурсами та на основі викопної сировини на відповідально керовані відновлювані матеріали може зменшити викиди парникових газів, водночас зменшуючи залежність від обмежених ресурсів. У 2022 році 97% нашої паперового та картонного пакування було отримано з сертифікованих FSCTM джерел** або перероблених матеріалів. До 2025 року ми продовжимо працювати над тим, щоб отримати 100% паперового та картонного пакування з сертифікованих FSCTM джерел** або перероблених матеріалів. Крім того, ми також зосереджуємося на заміні матеріалів на основі викопної сировини відновлюваними матеріалами, за можливості.

3. Менше пакування

Щороку ми прагнемо зменшувати загальну вагу пакувального матеріалу, що використовується в наших продуктах. Вплив пакування продукту на довкілля можна зменшити шляхом покращення дизайну пакування. Завдяки екологічному дизайну ми отримуємо пакування, яке важить менше за аналогічне або попереднє, позбавляємося від зайвого пакування і потребуємо менше природних ресурсів на його виготовлення. У 2022 році ми прийняли свідоме рішення відмовитися від листівок у деяких засобах для догляду за шкірою. Ми працювали над тим, щоб знайти оптимальний баланс між легшим пакуванням та його надійністю. Ми ніколи не йдемо на компроміси щодо якості нашого пакування. При розробці легшого пакування, ми завжди проводимо випробування, щоб переконатися, що якість пакування затверджена і відповідає нашим стандартам пакування.

4. Рефіли

Рефіли або багаторазове пакування збільшує життєвий цикл продукту, оскільки основне пакування можна наповнювати і використовувати повторно. У системах багаторазового використання витрачається менше матеріалів, а отже, зменшується кількість пакувальних відходів, але вони також вимагають від споживача постійного поповнення та повторного використання. Перехід до формату рефілу не означає, що ми йдемо на компроміс із якістю чи безпечністю нашої продукції. У 2022 році ми випустили засоби для інтимної гігієни Feminelle Intimate Wash в пакуванні, в якому використовується на 73% менше пластику, ніж в новій пляшці. Це призвело до скорочення використання первинного пластику на 107 тонн (на основі нашої оцінки на одне повторне використання). Ми в Оріфлейм прагнемо з року в рік збільшувати використання багаторазового пакування, яке можна поповнювати та використовувати повторно.



*Застосовується до пакування, розробленого централізовано. Регіональні розробки залежать від місцевої інфраструктури та правил переробки.

**Джерело – паперова фабрика

5. Придатність до вторинної переробки

Придатність пакування, особливо пластикового, до вторинної переробки є складною темою і вимагає інноваційних рішень у сфері дизайну та пакування. За відсутності нормативних визначень придатності до вторинної переробки, ми оцінили наше пакування у 2022 році відповідно до рекомендацій «Industry Design for Recycling» та розробили напрямки переробки Оріфлейм. Деякі з цих напрямків включають використання безбарвної тари, використання мономатеріалів або компонентів, виготовлених із сумісних матеріалів. Відповідно до цих напрямків ми розроблятимемо дизайн та пакування з урахуванням корисності наприкінці терміну служби пакування. Ми прагнемо зробити наше пакування придатним для вторинної переробки, щоб його можна було відповідально утилізувати там, де є пункти переробки. У 2022 році частка пакування, придатного до вторинної переробки згідно з Директивами Оріфлейм щодо переробки відходів, для косметичних засобів та Wellness-продуктів досягла 71%. До 2025 року ми прагнемо, щоб 75% пакування наших косметичних та Wellness-товарів стали придатними для повної переробки, багаторазового використання або компостування.

Екологічніше пакування

Щоб допомогти споживачам зробити правильний вибір і сприяти попиту на екологічні пакувальні рішення, ми розробили логотип «Greener Packs» (Екологічніше пакування) як орієнтир для наших пакувальних рішень зі зменшенням впливом на навколишнє середовище. Продукти з вдосконаленим пакуванням мають логотип Greener Packs, якщо вони відповідають принаймні одній з наведених нижче вимог:

- Первинне пакування виготовлене щонайменше на 25% з вторинних матеріалів, а часто набагато більше

- Первинне пакування виготовлене з паперу та картону, сертифікованих FSCTM
- Первинне пакування виготовлене щонайменше на 20% з біоматеріалів, отриманих зі сталих джерел
- Первинне пакування виготовлене щонайменше на 20% з меншої кількості матеріалів за вагою, ніж аналогічне або попереднє
- Багаторазове

Зменшення відходів у нашому ланцюжку створення вартості

Відходи є важливою сферою впливу для нашого бізнесу. Через нашу присутність на ринках, де відсутня інфраструктура переробки відходів, значна частина пакування нашої продукції потрапляє на звалища. Це проблема, оскільки на некерованих звалищах утворюється багато шкідливих газів і забруднювальних речовин, зокрема метан – дуже потужний парниковий газ. Крім того, стихійні звалища є на багатьох наших ринках, які сприяють забрудненню вулиць, а також забрудненню водних потоків і, зрештою, океанів. Ми усвідомлюємо масштаб нашої проблеми з відходами і прагнемо її вирішити. Значна частина нашого прогресу буде досягнута завдяки створенню кращого та ефективнішого пакування з самого початку. Нашими основними напрямками роботи є усунення непотрібного пакування, повторне використання матеріалів, за можливості, оптимізація ваги та вибір більш сталих матеріалів, зокрема, відновлюваних та вторинних. Ми також допомагаємо нашим Партнерам бренду і споживачам переробляти залишки пакування на деяких наших ринках. У 2022 році в Індії, Індонезії та Україні стартували програми з переробки порожньої тари від Партнерів бренду і пунктах збору по всій країні.





Поводження з відходами на виробничих майданчиках і в дистриб'юторських центрах

Для зменшення впливу відходів, що утворюються, ми аналізуємо наші вхідні ресурси, діяльність і результати, на які припадає більша частина відходів, що утворюються на наших виробничих об'єктах. Оскільки ми є косметичною компанією, косметична сировина та пакувальні матеріали є основними ресурсами під час виробничих процесів, таких як закупівля матеріалів, розробка продукції та пакування. Сировина використовується у рецептурах продуктів і утворює відходи до виробництва через переробку, брак та розливи.

Пакування сировини та готової продукції, що доставляється на виробничі майданчики, також сприяє утворенню пакувальних відходів. Шлам з очисних споруд утворюється під час поствиробничих процесів. У 2022 році близько 6% від загального обсягу відходів, утворених на виробничих майданчиках*, становили небезпечні відходи. Ми забезпечуємо утилізацію та переробку небезпечних відходів відповідно до місцевого законодавства про відходи. Відходи, що підлягають вторинній переробці, та побутові відходи переробляються та компостуються. У 2022 році ми досягли своєї мети і не відправили жодних відходів, що утворилися на наших виробничих майданчиках*, на полігон для захоронення. 72% відходів (за винятком небезпечних) було відправлено на переробку. Ми прагнемо до нульової кількості відходів, що відправляються на сміттєзвалище, і будемо продовжувати працювати над цим. До 2030 року ми прагнемо переробляти 100% відходів (за винятком небезпечних), що утворюються на наших виробничих майданчиках*. Близько 166 тонн відходів з очисних споруд на нашому виробничому майданчику в Польщі було компостовано.

**Наш завод з виробництва продуктів для хворового способу життя у Китаї не був включений до цільових показників через низькі обсяги виробництва на той час, а тому не відображений у результатах.*

Протягом 2022 року ми також впровадили заходи із забезпечення циклічності у використанні матеріалів на нашому центральному складі в Польщі та регіональних розподільчих центрах в Індії. У результаті ми повторно використали картонні коробки наших постачальників вагою

приблизно 140 тонн, а близько 200 тонн макулатури було відправлено на переробку на цих об'єктах, що призвело до значної економії ресурсів і витрат.





Процес перероблювання відходів на виробничих майданчиках

Виробничі майданчики Оріфлейм

На вході →

Сировина та
пакувальні матеріали



Виробничий процес, переробка відходів

На
виході

Безпечні відходи
(94%)

Шлам, органічні
відходи, деревина,
метал, пластик

Небезпечні
відходи
(6%)

Сировина,
електроніка

Компостовано
(9%)

Перероблено
(64%)

Вивезено
на звалище
(0%)

Спалено
(27%)



Рецептура

2011

Заміна синтетичного спирту на спирт природного походження.

2012

Запуск лінійки Ecobeauty – першої глобальної косметичної лінійки, яка співпрацює з чотирма незалежними міжнародними організаціями, що займаються питаннями сталого розвитку та екологічної відповідальності: Fairtrade®, Ecocert®, The Vegan SocietyTM та Forest Stewardship Council (FSC™).

Запуск першого у світі гелю для душі, який містить на 100% сегреговану пальмову олію, – Swedish Spa Shower Gel*.

2013

Запуск першої лінійки продуктів зі стовбуровими клітинами рослин.

2016

Перезапуск лінійки Ecobeauty з фокусом на органічні сертифіковані продукти.

2017

Приєдналися до ініціативи «Responsible Mica Initiative».

2019

Перезапуск серії засобів для догляду за шкірою Love Nature з органічними екстрактами та оліями, нульовим вмістом силіконів та парабенів, біорозкладними засобами, що потребують змивання, та ексфоліантами натурального походження.

2021

Запущено лінійку NovAge Skinrelief – нашу першу лінійку засобів для догляду за шкірою преміум-класу, розроблену з використанням нашого шведського збалансованого підходу.

Запуск наших перших веганських* продуктів для заміни їжі.
Запуск першого твердого шампуню – більш концентроване, ніж традиційний шампунь, тому в ньому використовується менше води та пакувальних матеріалів. Він має біорозкладну формулу і не містить силікону та парабенів.

2020

Запуск лінійки Beautilicals – першої лінійки засобів для тіла Оріфлейм, схваленої The Vegan SocietyTM. Усі засоби, що потребують змивання, є біорозкладними, не містять парабенів, силіконів і мінеральних олій.

Запуск лінійки Baby O – ексклюзивної дитячої лінійки, яка на 95% складається з інгредієнтів натурального походження і схвалена педіатрами.

2022

Вдосконалення розробки нашої культового бальзаму «Tender Care», в який на 99,9% складається з натуральних інгредієнтів.

Запуск лінійки Waunt – нашої першої комплексної лінійки для догляду за шкірою, сертифікованої The Vegan SocietyTM.

*Продукт більше не входить до нашого асортименту.

**Сертифіковано The Vegan SocietyTM.



Рецептура

ФІЛОСОФІЯ РОЗРОБКИ ПРОДУКТІВ – ВІДПОВІДАЛЬНИЙ ПІДХІД

Формули наших продуктів впливають на навколишнє середовище під час виробництва, а також під час і після використання споживачами. Ось чому ми повинні приймати правильні рішення щодо того, які інгредієнти ми обираємо, а також як і звідки ми їх отримуємо.

Наша філософія розробки продукції

Оскільки ми зі Швеції, ми маємо інший, цілісний погляд на красу. Для нас краса – це не тільки те, як ви виглядаєте, але й те, як ви живете, відчуваєте та дієте. Ми також віримо у відповідальну красу, створюючи безпечні продукти, які надихаються природою та спираються на наукові розробки. Наша філософія розробки продукції – це те, як ми розробляємо та створюємо всі наші косметичні засоби, щоб втілити ідею «Beauty by Sweden» (Краса шведською) в життя. В основі цієї філософії лежить наш шведський збалансований підхід, згідно з яким усі продукти розробляються для того, щоб бути такими, якими вони є:

- Ефективними – завжди виконувати свою функцію та забезпечувати те, що вони обіцяють
- Безпечними – працювати в гармонії з вашим тілом, шкірою та розумом

- Відповідальними – з повагою до нашої планети та суспільства в цілому

Партнерство з природою

Природа та інгредієнти природного походження відіграють важливу роль у нашій філософії розробки продуктів. Наша повага до природи означає, що ми не використовуємо інгредієнти, отримані з видів флори і фауни, що охороняються або зникають. Ми були однією з перших косметичних компаній у світі, яка почала використовувати інгредієнти, отримані безпосередньо з природи. Наприклад, замість синтетичних спиртів на нафтовій основі в наших продуктах ми використовуємо спирти природного походження, які найчастіше походять з ферментованих зерен – чудовий приклад популяризації використання натуральної сировини та зменшення впливу на навколишнє середовище. Ми також маємо великий асортимент натуральних інгредієнтів, включаючи екстракти, масла, віск та олії, і використовуємо тільки скраби природного походження в наших відлущувальних засобах. Ми також звертаємося до природи за натхненням на етапі розробки концепції та розробляємо нові формули з етично та екологічно відповідальними інгредієнтами. Наприклад, наші пошуки стійких антивікових активних речовин привели нас до розробки власної запатентованої технології, яка забезпечує ефективність з урахуванням впливу на навколишнє середовище.





Зосередженість на інгредієнтах

Розробка нашої продукції починається з інгредієнтів, і ми активно працюємо з нашими партнерами над пошуком нових цікавих інгредієнтів для брендів та відповідальних альтернатив інгредієнтам, що викликають занепокоєння. Ми прагнемо використовувати лише ті інгредієнти, які відповідають нашим пріоритетним напрямкам «Ефективність, безпека та відповідальність» для наших косметичних та Wellness-продуктів.

Ми розглядаємо інгредієнти з потенційним негативним впливом на навколишнє середовище і поступово відмовляємося від їх використання, наприклад, фталати та пластикові мікрогранули/блискітки з косметичних засобів, що змиваються. Останнім часом у наших косметичних розробках ми активно виводимо з обігу бензофенон-3 через його негативний вплив на довкілля. Ми також вилучили триклозан з усієї продукції з міркувань безпеки та взяли на себе зобов'язання поступово відмовитися від парабенів і вивільнювачів формальдегіду.

Щодо етичного вибору джерел постачання, ми прийняли рішення припинити використання натурального алмазного порошку через побоювання з приводу конфліктів. Ми також завжди стежимо за тим, щоб наші інгредієнти не походили з джерел або матеріалів, що знаходяться під загрозою зникнення. Крім того, наші інгредієнти не містять генетично модифікованих організмів (ГМО).

Ми ніколи не використовуємо інгредієнти тваринного походження в наших косметичних формулах (в наших харчових продуктах деякі з них використовуються з метою покращення поживних властивостей та якості).

Щодо деяких інгредієнтів, які є ключовими для косметичної промисловості, таких як пальмова олія та слюда, ми застосовуємо прагматичний та проактивний підхід до їх пошуку. Таким чином, ми співпрацюємо з Круглим столом з питань сталого виробництва пальмової олії (RSPO) та Ініціативою відповідального виробництва слюди (RMI), а також



розглядаємо інші надійні партнерства, **за необхідності**. Для отримання додаткової інформації про RMI див. [стор. 76-77](#), а про RSPO див. [стор. 30-33](#).

Розуміння наших інгредієнтів

Ми впровадили процес обґрунтування вибору інгредієнтів, щоб забезпечити надходження нових інгредієнтів, які відповідають нашому бренду. Наші експерти аналізують косметичні та харчові інгредієнти з точки зору безпеки та сталого розвитку, зокрема за такими критеріями:

- **Натуральність:** перевіряється походження і визначається, чи був інгредієнт отриманий безпосередньо природним шляхом, чи піддавався певній обробці, наприклад, фізичному віджиму олії авокадо або біотехнічному процесу, такому як ферментація.
- **Вплив на навколишнє середовище:** ми перевіряємо, чи не походить інгредієнт з рослини/екосистеми, що перебуває під загрозою зникнення, а також оцінюємо його здатність до біологічного розкладання та потенційну токсичність для водних організмів.
- **Етичні аспекти:** ми гарантуємо, що жоден інгредієнт не

містить генетично модифікованих організмів (ГМО). Ми також оцінюємо наші інгредієнти на предмет зв'язку з дитячою працею та конфліктними ситуаціями, наприклад, слюда.

- **Простежуваність:** ми почали співпрацювати з нашими партнерами, щоб відстежувати країну, в якій були вирощені наші натуральні інгредієнти. Цього року ми опублікували розширену версію нашого Зобов'язання щодо захисту лісів, в якій більше уваги приділяється інгредієнтам, що можуть бути пов'язані з вирубкою лісів.

Ми також постійно відстежуємо наукові звіти з екологічних питань, щоб залишатися в курсі подій та бути поінформованими. Завдяки такому цілісному розумінню наших інгредієнтів ми знаємо, де і як вжити найефективніших заходів.

Удосконалення формули Tender Care

Tender Care – один із наших найвідоміших продуктів, який пом'якшує та захищає суху шкіру рук, кутикулу та губи ще з 1970-х років. Ми вдосконалили формулу, щоб вона на 99,9% складалася з натуральних компонентів.



У складі ви знайдете натуральну суміш олій, включаючи соняшникову та рицинову замість мінеральних. Також засіб містить вітамін Е та натуральний бджолиний віск. Продукт такий же дивовижний, як і раніше, тільки трохи екологічніший.

Розробка продуктів та аксесуарів

Окрім косметичної та Wellness-продукції, в нашому асортименті є також лінійка аксесуарів, які ми розробляємо та створюємо відповідно до тієї ж філософії розробки продукції та її трьох основних напрямків: Ефективність, Безпека та Відповідальність, і ми постійно прагнемо створювати наші вироби з матеріалів, які відповідають цим основним напрямкам.

Ми уникаємо використання матеріалів, які можуть мати потенційно негативний вплив на навколишнє середовище або соціальну сферу, і завжди гарантуємо, що матеріали, які ми використовуємо, не походять з джерел або матеріалів, що перебувають під загрозою зникнення, і ніколи не використовуємо матеріали безпосередньо тваринного походження.

У 2022 році ми покращили характеристики захисної зовнішньої пластикової кришки, що використовується для деяких продуктів, забезпечивши її виготовлення зі 100% вторинного пластику*.

Ми активно збільшуємо використання вторинних матеріалів у всіх наших продуктах, включаючи пластик, текстиль і метал, і фактично додаємо елемент переробки до кожного продукту, який ми запускаємо.

Крім того, наше паперове пакування виготовляється із сертифікованого FSCTM матеріалу або з вторинної сировини.

Також у 2022 році ми отримали сертифікат від веган-спільноти The Vegan Society™ для нашої нової лінійки пензликів для макіяжу THE ONE.

* За винятком пилко для ніг, які потребують міцнішого пакування



Харчові продукти – створені на основі наукових знань

Розширюючи асортимент продукції в категорії «Харчові продукти», у 2020 році ми створили Раду з питань харчування, що складається з команди досвідчених нутриціологів і дієтологів Оріфлейм, які керують розробкою продуктів і комунікаціями, а також проводять навчання та тренінги з питань правильного харчування.

У 2022 році ми створили незалежну Науково-консультативну раду, до складу якої увійшли міжнародні дослідники в галузі харчування та здоров'я, зокрема контролю ваги, здоров'я кишківника та мікробіому, а також здорового старіння. Ми співпрацюємо з цією радою, щоб допомогти спрямовувати та підживлювати ідеї для наших майбутніх досліджень, розробки продуктів, інновацій та пропозицій нашим бренд-партнерам.

Філософія харчування

Філософія харчування була розроблена нашою внутрішньою Радою з питань харчування і слугує інструментом для інновацій та розробки нових продуктів разом з нашою філософією розробки продуктів. Вона також формує наукову основу для наших комунікаційних та освітніх ініціатив, таких як Wellness Club та наш підхід Skin-Body-Mind. Філософія харчування складається з трьох основних принципів:

Натхнення скандинавською дієтою

Ми черпаємо натхнення з принципів відомої Скандинавської дієти, яка заснована на вживанні місцевих, сезонних, цільних продуктів з країн Північної Європи і відома своїми численними перевагами для здоров'я. Тому ми пропагуємо вживання поживних речовин, які багато людей не споживають в достатній кількості або в неправильній пропорції (наприклад, білок,

клітковина, омега-3, мікроелементи, фітонутрієнти). Ми обмежуємо поживні речовини, високе споживання яких пов'язане з хворобами (наприклад, надлишкові калорії, насичені жири, трансжири, сіль, цукор). За можливістю ми включаємо до складу наших продуктів інгредієнти Скандинавської дієти, такі як ягоди та овочі. Ми вважаємо, що ви повинні любити свою щоденну рутину, і тому прагнемо запропонувати вам справді смачний сенсорний досвід. Ми обираємо інгредієнти без ГМО та натурального походження, за можливості, і уникаємо штучних барвників, ароматизаторів та консервантів.

Розробки на основі новітніх наукових досліджень

Інгредієнти, які ми використовуємо, ґрунтуються на наукових дослідженнях та експертних висновках нашої внутрішньої Ради

з питань харчування та зовнішньої Науково-консультативної ради. Наші продукти розробляються відповідно до міжнародних рекомендацій з харчування та відповідають законодавству ЄС та/або місцевому законодавству. Інгредієнти постачаються в оптимальних дозах, щоб забезпечити доведену користь для здоров'я та безпечне щоденне споживання.

Стале харчування

Стале харчування – це харчування, яке є здоровим для людей, а також для планети. Ми гарантуємо, що наші продукти мають високу поживну якість і сприяють зміцненню здоров'я. Ми також прагнемо використовувати в наших продуктах інгредієнти рослинного походження та екологічно чистих джерел, де це можливо.





Захист тварин

Ми прагнемо розробляти продукцію, яка відповідає нашим власним соціальним та етичним стандартам, а також стандартам наших клієнтів. Ми дотримуємося високих стандартів щодо всіх інгредієнтів, які ми отримуємо:

- Ми використовуємо лише побічні продукти тваринного походження, такі як бджолиний віск і мед, ланолін (віск, який отримують при промивці овечої шерсті) та молочні продукти.
- Ми не використовуємо інгредієнти, отримані від тварин (хутро/шкіра) у наших аксесуарах. Крім того, ми намагаємося використовувати синтетичний ворс в наших пензликах.
- Ми використовуємо риб'ячий жир з рибних запасів, що вирощуються в умовах сталого управління, у нашій лінійці харчових добавок Wellness. Ми ніколи не тестували нашу продукцію або інгредієнти на тваринах на жодному етапі розробки.
- Крім того, ми продовжуємо розширювати наші веган-пропозиції, щоб споживач мав вибір.

Ми співпрацюємо з The Vegan Society™ і позиціонуємо продукт як веганський, лише якщо він зареєстрований у The Vegan Society™ і може мати їхній логотип.

Ми завжди виступаємо за альтернативні методи тестування і використання новітніх методів in-vitro (без участі тварин) для будь-яких тестів, які не можна проводити на людях-добровольцях, наприклад, на подразнення очей. У 2013 році, більш ніж через 40 років після того, як Оріфлейм вперше виступила проти тестування на тваринах, ЄС заборонив продаж косметики, яка тестувалася на тваринах.

Це означає, що з 2013 року жоден косметичний продукт або інгредієнт не може бути протестований на тваринах в Європі.

На жаль, цього підходу не завжди дотримуються в



усьому світі. Дані, отримані в результаті тестування на тваринах, можуть знадобитися місцевій владі для юридичної реєстрації продукту на ринку відповідно до місцевих законів і правил. Для більш детальної інформації див. нашу Політику щодо захисту тварин на [корпоративному сайті](#).

Активна участь у галузевих форумах

У 2022 році ми приєдналися до нового галузевого консорціуму, метою якого є сприяння використанню альтернативних методів тестування інгредієнтів/продуктів щодо безпечності без участі тварин, що є частиною нашої рішучої позиції боротьби з тестуванням на тваринах у косметичній промисловості. Консорціум називається Міжнародна співпраця з безпеки споживачів (ICCS), і ми є одним із 35 членів, разом з іншими великими брендами та неурядовими організаціями.

Наше членство дозволяє нам бути в авангарді

новітніх альтернатив тестуванню на тваринах, підтримуючи принцип безпечності в нашій філософії розробки продукції.

Оріфлейм має сильну прихильність до корпоративної відповідальності та довгу історію активної участі в галузевих асоціаціях на ринках, на яких ми працюємо, зокрема, ми є членом Cosmetics Europe з 2012 року.

Крім того, у 2021 році ми приєдналися до консорціуму EcoBeautyScore – глобальної ініціативи зі створення загальногалузевої системи оцінки та демонстрації впливу косметичних продуктів на довкілля. Мета – допомогти споживачам зробити більш усвідомлений вибір щодо екологічності косметики. Як повноправний корпоративний член, Оріфлейм активно реагує на зростаючий попит споживачів на більшу прозорість щодо впливу продукції, яку вони купують, на навколишнє середовище. Це членство демонструє нашу відданість філософії відповідального підходу до розробки продукції.

ДОСЛІДЖЕННЯ
ПРИКЛАДУ

Біоактивна технологія природного походження

Наша шведська лабораторія досліджень та інновацій у Стокгольмі розробила технологію догляду за шкірою природного походження Bio Re:Barrier. Як результат більш ніж дворічної роботи, перевірки безлічі рослин зі Скандинавії та оцінки їхнього потенціалу для покращення шкіри в лабораторії, Bio Re:Barrier поєднує в собі два органічні екстракти з плодів чорної смородини холодного віджиму та кори берези.

Наша остання інноваційна технологія догляду за шкірою, на яку подано заявку на отримання патенту, називається біоактивною технологією: вона запускає власні біологічні функції шкіри, допомагаючи їй зміцнюватися, відновлюватися та регенеруватися. Завдяки потужним антиоксидантним та протизапальним властивостям, Bio Re:Barrier підвищує рівень зволоженості шкіри, стимулює вироблення

колагену та зберігає структуру шкіри, в результаті чого шкіра стає еластичнішою, пружнішою та здоровішою на вигляд. Для подальшої оцінки ефективності, технологію Bio Re:Barrier порівнювали з ніацинамідом у клінічних випробуваннях. Ніацинамід вважається «золотим стандартом» для активних інгредієнтів з численними перевагами для шкіри, особливо для зміцнення її бар'єру. Результати показують, що Bio Re:Barrier має кращі показники зміцнення шкірного бар'єру, ніж ніацинамід, але в меншій концентрації. Подробиці тестування та результати були опубліковані цього року нашими вченими у спеціальному випуску «Міжнародного журналу молекулярних наук»*.

*Міжнародний журнал молекулярних наук. 2022, 23, 12507



Цілі та зобов'язання



Вода

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Забезпечити, щоб 100% нових змивних засобів догляду за шкірою та для особистої гігієни мали біорозкладні формули*.	2025		100%	У 2022 році 100% нових засобів, що потребують змивання, для догляду за шкірою та особистої гігієни були розроблені таким чином, щоб вони мали біорозкладну формулу.	В процесі
2. Скоротити споживання води на одиницю продукції, виробленої на власних виробничих майданчиках**, на 10% порівняно з базисним 2019 роком.	2030		+13%	У 2022 році ми збільшили споживання води на одиницю продукції на 13% порівняно з базисним 2019 роком. Основною причиною такого результату стало збільшення виробництва водомісткої зовнішньої продукції. Ми продовжимо впроваджувати заходи з покращення водокористування на наших виробничих майданчиках для досягнення нашої мети у сфері водокористування до 2030 року.	Продовжуємо працювати над цим

*Історично склалося так, що ми незалежно тестували низку наших змивних засобів для підтвердження їх здатності до біологічного розкладу. У майбутньому біорозкладність буде оцінюватися на рівні інгредієнтів на основі методу, розробленого ОЕСР, або аналогічного методу, де 90% інгредієнтів на основі вуглецю повинні бути біологічно розкладними.

** Наш виробничий майданчик Wellness у Китаї було виключено з цільового показника через майнові обмеження, які не дають нам змоги здійснювати операційні вдосконалення.



Ліс

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Мати 100% обсягів нашої сертифікованої паперової продукції, що походить з лісів зі сталим лісокористуванням або з вторинної сировини.	2025	15 LIFE ON LAND 	97%	97% обсягу паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) походить із сертифікованих сталих джерел* або з вторинної сировини. Це без урахування 2% обсягів, походження яких пов'язане з Росією, де FSCTM призупинила свою діяльність у 2022 році, а отже, будь-які обґрунтовані заяви про сертифікацію залишаються неперевіреними.	В процесі
2. Мати 100% обсягів паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) з прозорістю ланцюга постачання до країни походження та рівня фабрики.	2025	15 LIFE ON LAND 	97%	У 2022 році 97% обсягів паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) досягли прозорості щодо ланцюга постачання до рівня фабрики.	В процесі
3. Мати 100% обсягів паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції), які можна простежити до країни виробника.	2025	15 LIFE ON LAND 	99%	У 2022 році 99% обсягів паперової продукції (каталоги та первинне пакування продукції) можна було відстежити до країни походження/виробництва. Решта 1% була невідомого/незадекларованого постачальниками походження, де обсяги не можна було відстежити до жодної країни.	В процесі

*Джерело – паперова фабрика



Ліс

	Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
4.	Залучати 100% сировини на основі пальмової та пальмоядрової олії, що використовується у власному виробництві, включаючи похідні, для виробництва мила за субпідрядом, із сертифікованих (за моделлю Mass Balance) сталих джерел.	2025	15 LIFE ON LAND 	89%	У 2022 році 89% загального обсягу похідних пальмової олії та сировини на основі пальмової олії, використаних у власному виробництві та у виробництві брусків мила за субпідрядом, було отримано з фізично сертифікованих сталих джерел (стандарт RSPO Mass Balance). Решта нашого споживання (11%) буде покривалась за рахунок квот Book & Claim RSPO.	В процесі
5.	Уся сировина на основі пальмової та пальмоядрової олії, що використовується у власному виробництві, включаючи компоненти, у виробництві брусків мила за субпідрядом, буде на 100% простежуваною до рівня підприємства.	2030	15 LIFE ON LAND 	48%	У 2022 році ми змогли домогтися прозорості ланцюга постачання до рівня підприємств щодо наших брусків мила, що виготовляються за субпідрядом. У результаті 48% від загального обсягу (2448 тонн) компонентів пальмової та пальмоядрової олії можна було відстежити до рівня підприємства. Це було досягнуто завдяки взаємодії з нашими постачальниками та внутрішній оцінці статусу RSPO-підприємств наших постачальників, а також перехресній перевірці з розташуванням підприємств з виробництва пальмової олії, внесених до Універсального списку підприємств Global Forest Watch.	В процесі
6.	100% інших лісових матеріалів*, включаючи целюлозу та недеревні лісові матеріали, можна буде відстежити на рівні країни.	2025	15 LIFE ON LAND 	Новинка	У 2022 році ми розробили і представили зобов'язання Оріфлейм щодо захисту лісів, яке замінило наше попереднє зобов'язання щодо відповідального вибору постачальників паперу. Сюди входять як деревні, так і недеревні лісові матеріали. Ці цілі є новими, і ми прагнемо почати працювати над ними протягом 2023 року.	Продовжуємо працювати над цим
7.	До 2030 року наш пріоритетний список** матеріалів, пов'язаних із ризиком для лісів, буде постачатися зі сталих джерел, з урахуванням ризиків вирубки лісів, і походження сировини можна буде простежити до моменту її надходження.	2030	15 LIFE ON LAND 	Новинка	У 2022 році ми розробили і представили зобов'язання Оріфлейм щодо захисту лісів, яке замінило наше попереднє зобов'язання щодо відповідального вибору постачальників паперу. Сюди входять як деревні, так і недеревні лісові матеріали. Ці цілі є новими, і ми прагнемо почати працювати над ними протягом 2023 року.	Продовжуємо працювати над цим

* До інших лісових матеріалів належать акація, бамбук, какао, кокос, кава, бавовна, зерно, молоко, пальма (похідні пальмової олії та олії з пальмового ядра, бруски мила), рис, соя та чайне дерево

** До пріоритетного переліку матеріалів, що становлять загрозу знищення лісів, входять кокосова пальма, рис та соя



Вступ

Можливість для
бренд-партнерів

Повага до природи

Повага до людей

Спілкуйтеся та долучайтесь

Підхід до управління

Вода

Ліс

Клімат

Пакування

Рецептура

Цілі та зобов'язання



Клімат

	Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1.	Скоротити загальну кількість викидів парникових газів в рамках Напрямків 1 і 2 на 50% порівняно з базисним 2019 роком.	2030	13 CLIMATE ACTION	-35%	Оріфлейм зобов'язується скоротити загальну кількість викидів парникових газів в рамках Напрямків 1 і 2 на 50% у 2030 році порівняно з базисним 2019 роком. Ця ціль була затверджена ініціативою «Науково обґрунтовані цілі» як така, що відповідає цілям Паризької кліматичної угоди. До кінця 2022 року ми досягли скорочення викидів на 35% порівняно з 2019 роком.	В процесі
2.	Скоротити викиди парникових газів в рамках Напрямку 3 на 22% на одиницю проданої продукції порівняно з базисним 2019 роком.	2030	13 CLIMATE ACTION	-1 9%	Оріфлейм зобов'язується скоротити кількість викидів парникових газів в рамках Напрямку 3 на одиницю проданої продукції на 22% у 2030 році порівняно з базисним 2019 роком. Ця ціль була затверджена ініціативою «Науково обґрунтовані цілі» як така, що відповідає цілям Паризької кліматичної угоди. До кінця 2022 року ми досягли скорочення викидів на 19% на одиницю проданої продукції порівняно з 2019 роком. Зменшення відбулося переважно через скорочення продажів у зв'язку з впливом Російсько-Українського конфлікту та обмежень, пов'язаних з пандемією Covid-19 у Китаї.	В процесі
3.	Скоротити споживання енергії на одиницю продукції, виробленої на власних виробничих майданчиках**, на 10% порівняно з базисним 2019 роком.	2030	13 CLIMATE ACTION	32%	У 2022 році ми збільшили споживання енергії на одиницю продукції на 32% порівняно з базисним 2019 роком. Ми продовжимо впроваджувати заходи з енергоефективності на наших виробничих майданчиках для досягнення нашої енергетичної мети до 2030 року.	Продовжуємо працювати над цим
4.	Замінити холодоагенти на власних виробничих майданчиках* з коефіцієнтом GWP вище 750.	2030	13 CLIMATE ACTION	Новинка	Впроваджено використання R454B в якості холодоагенту на виробничому майданчику в Польщі.	Продовжуємо працювати над цим
5.	Збільшити частку власної електроенергії з відновлюваних джерел на наших виробничих майданчиках* до 10% порівняно з базисним 2019 роком.	2030	13 CLIMATE ACTION	1%	У 2022 році 1% споживання електроенергії на наших виробничих майданчиках забезпечувалось власними сонячними панелями, встановленими на обох майданчиках в Індії та Польщі. Ми прогнозуємо, що частка виробництва електроенергії з відновлюваних джерел на місці зростатиме в майбутньому.	В процесі

** Наш виробничий майданчик Wellness у Китаї було виключено з цільового показника через майнові обмеження, які не дають нам змоги здійснювати операційні вдосконалення.



Клімат

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
6. Отримати сертифікацію «зеленого» будівництва LEED® для всіх нових будівництв і капітальних ремонтів, а також забезпечити екологічну ефективність на всіх наших об'єктах.	Щорічно	13 CLIMATE ACTION 	Відсутній	У 2022 році не було здійснено жодного нового будівництва та капітальних ремонтів.	В процесі
7. Сертифікувати всі регіональні та глобальні конференції як кліматично нейтральні.	Щорічно	13 CLIMATE ACTION 	Відсутній	У 2022 році ми організували три глобальні конференції для наших Партнерів бренду. Конференції були сертифіковані як кліматично нейтральні події відповідно до стандарту PAS 2060 третьою стороною, компанією «South Pole».	Досягнуто
8. Продовжувати закуповувати електроенергію з відновлюваних джерел на об'єктах Оріфлейм.	Щорічно	13 CLIMATE ACTION 	10 0%	Наша стратегія пошуку джерел енергії зосереджена на отриманні електроенергії з відновлюваних джерел від постачальників за допомогою контрактів, виробництва електроенергії з відновлюваних джерел на місці і купівлі енергетичних сертифікатів. На всіх об'єктах компанії Оріфлейм (офіси, виробничі майданчики та склади), які не виробляють і не закуповують електроенергію з відновлюваних джерел безпосередньо, ми узгоджуємо наше споживання електроенергії із застосуванням Гарантій походження (GO) в Європі та Міжнародного стандарту REC (I-REC) на інших континентах. Походження цієї електроенергії – це поєднання вітрової, сонячної та гідроелектроенергії.	Досягнуто
9. Продовжувати здійснювати кліматичну компенсацію частини викидів парникових газів Оріфлейм (Напрямок 1, Напрямок 2 та частина Напрямку 3), щоб забезпечити кліматично нейтральні операції та виробництво.	Щорічно	13 CLIMATE ACTION 	10 0%	У 2022 році ми придбали квоти на викиди CO ₂ , які ми не змогли скоротити, і будемо компенсувати частину наших викидів парникових газів (Напрямок 1, Напрямок 2 та частину Напрямку 3).	Досягнуто



Пакування

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Використовувати щонайменше 20% вторинного пластику (PCR), у нашому пакуванні для косметики з ПЕ та ПЕТ.	2025	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	13%	13% нашого пакування для косметики з ПЕ та ПЕТ було виготовлено з вторинного пластику у 2022 році порівняно з 12% у 2021 році. Ми також вдосконалили наш набір даних щодо пакування на рівні матеріалів і запровадили внутрішні рекомендації щодо PCR-пластику в пакуванні косметики*. Завдяки цим вдосконаленням відсоток вторинного пластику в нашому пакуванні косметики з ПЕ та ПЕТ змінився з 15% у 2021 році (як зазначено у Звіті про сталий розвиток за 2021 рік) на 12%. Таким чином, цільовий кінцевий термін продовжено до 2025 року.	В процесі
2. Заохочувати наших Партнерів бренду та споживачів до переробки пакування їх продукції, постійно збільшуючи на ринку частку продукції, придатної для вторинної переробки, (див. ціль 4) та надаючи інформацію про те, як і де слід переробляти продукцію*. Усі офіси продажів повинні мати можливість допомагати нашим Партнерам бренду у цьому не пізніше кінця 2022 року.	2022	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	Відсутній	У 2022 році Індія, Індонезія та Україна запустили програми з переробки відходів. Партнерам бренду і споживачам було запропоновано здавати порожню тару в пункти збору по всій країні. Ми підтримуємо вдосконалення інфраструктури переробки за допомогою схем розширеної відповідальності виробника, які існують на деяких наших ринках.	Продовжуємо працювати над цим
3. Мати значну частку пластикового пакування Оріфлейм із вторинного пластику (PCR) або з інших екологічно чистих матеріалів.	2025	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	6%	Протягом року завдяки впровадженню PCR-пластику в пакування нашої косметики* його кількість збільшилася до 6% від загального асортименту пластикового пакування.	Продовжуємо працювати над цим
4. До 2025 року 75% пакування, що використовується в наших косметичних та Wellness-продуктах, має бути придатною для повної переробки, багаторазового використання або компостування.	2025	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	71%	У 2022 році 71% пакування, що використовується в косметичних та Wellness-продуктах, буде придатною для переробки відповідно до розроблених Оріфлейм Інструкцій з переробки, що базуються на галузевому стандарті «Промисловий дизайн для переробки» (Industry Design for Recycling guidelines).	В процесі

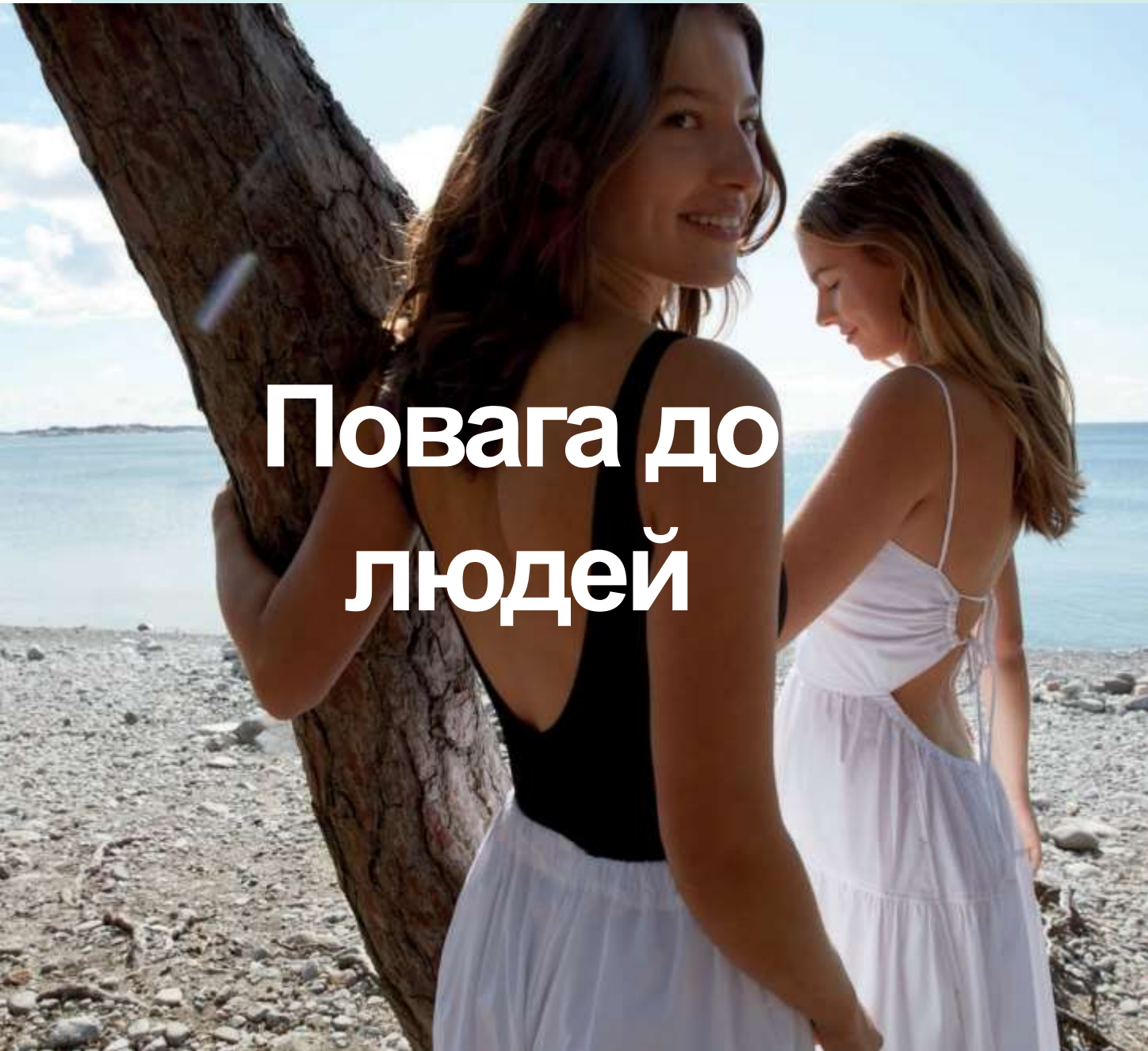
*Застосовується до пакування, розробленого централізовано. Регіональні розробки залежать від місцевої інфраструктури та правил переробки.



Рецептура

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Мати 0% доходу від продукції, що містить інгредієнти зі списку особливо небезпечних речовин (SVHC) REACH*.	2030	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	1 5%	У 2022 році 15% (22% у 2021 році) доходу від реалізації продукції (139 млн євро) було отримано від продуктів, що містять інгредієнти зі списку REACH SVHC*.	Продовжуємо працювати над цим
2. Провести перевірку сталості 100% наших інгредієнтів для косметичних та Wellness-засобів.	Щорічно	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	10 0%	У 2022 році всі інгредієнти косметичних та Wellness-засобів були перевірені відповідно до наших критеріїв сталості (процес обґрунтування вибору інгредієнтів).	Досягнуто
3. Розробити дорожню карту для всіх визначених проблемних інгредієнтів, щоб знайти альтернативи та поступово відмовитися від їхнього використання в потенційних майбутніх розробках.	Щорічно	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Досягнуто на 2022 рік	Ми розглядаємо матеріали з потенційним негативним впливом на навколишнє середовище і поступово відмовляємося від їх використання, наприклад, фталати та пластикові мікрогранули/білскітки із засобів, що змиваються. Ми також почали активно відмовлятися від використання бензофенону-3 через його негативний вплив на довкілля. Ми також вилучили триклозан з усієї продукції з міркувань безпеки та взяли на себе зобов'язання поступово відмовитися від парабенів і вивільнювачів формальдегіду. У 2022 році ми продовжили перегляд і документування проблемних інгредієнтів, приділяючи особливу увагу інгредієнтам, щодо яких існують регуляторні зобов'язання.	Досягнуто
4. Удосконалювати наш асортимент продукції, збільшуючи частку сталих/натуральних/циркулярних/інноваційних інгредієнтів та рішень, щороку випускаючи нові та більш сталі продукти.	Щорічно	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Досягнуто на 2022 рік	Протягом 2022 року ми запустили кілька лінійок продуктів зі збільшеним рівнем екологічності, таких як натуральний багатоцільовий бальзам Tender Care, лінійка засобів для догляду за шкірою Waunt та Love Nature з органічними екстрактами та вторинними екстрактами.	Досягнуто

*Список кандидатів на грудень 2022 року.



Повага до людей

Соціальна відповідальність важлива для нас в Оріфлейм, і ми усвідомлюємо дію і потенційний вплив, який ми маємо на людей по всьому світу. Завдяки нашим 4700 співробітникам, Незалежним Партнерам бренду, постачальникам, клієнтам і громадам, де ми працюємо, наш бізнес щодня впливає на життя мільйонів людей.

Ми постійно прагнемо до досягнення соціальної стійкості. В цьому розділі розглядаються цілі, які стосуються людей та соціальної стійкості. Сюди входять наші співробітники, Партнери бренду, клієнти та люди, які працюють у наших постачальників. Саме тому в цьому розділі розглядаються такі питання, як права людини, безпека споживачів, різноманітність та інклюзивність, боротьба з корупцією, здоров'я та безпека працівників.



Досвід співробітників

КОМПАНІЯ ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ЯКІ ЙДУТЬ ДО СВОЄЇ МРІЇ

2022 рік був складним і трансформаційним для компанії Оріфлейм. Це вплинуло не тільки на нашу діяльність і продажі, але й на наших співробітників і культуру. Щоб адаптуватися до викликів, ми вирішили ще більше покладатися на наші цінності – Єдність, Дух і Пристрасть.

Попри стрімкі зміни як зовні, так і всередині Оріфлейм, наш підхід до створення унікальної спільноти професіоналів, захоплених красою і рішуче налаштованих на досягнення своїх мрій, залишився незмінним. Ми хочемо, щоб кожен, хто працює в нашій компанії, відчував зв'язок, натхнення, був готовий до викликів і відчував себе потрібним. Щоб досягти цього, протягом 2022 року ми реалізували низку глобальних і локальних ініціатив, пов'язаних із загальною стратегією та цілями компанії.

Підтримка України

В умовах війни в Україні нашим першим пріоритетом у 2022 році став добробут, безпека та захищеність співробітників, які живуть і працюють в Україні. З цією метою ми організували евакуацію понад

100 співробітників і персоналу в Києві до західного кордону України та за її межі – до Польщі, Румунії та інших сусідніх країн. Всі співробітники продовжували отримувати заробітну плату, незважаючи на те, що вони не могли працювати протягом тривалого періоду часу через обставини, що склалися. Ми також надали нашим співробітникам транспорт, житло та інші необхідні речі під час переїзду. Хоча ми не змогли евакуювати всіх наших Партнерів бренду та лідерів з України, ми надали їм фінансову підтримку під час цих трагічних подій, включаючи заморожування їхніх посадових окладів на рівні, що існував до повномасштабного вторгнення, а також видачу додаткових виплат, прив'язаних до євро.

Трансформація компанії

У 2022 році компанія Оріфлейм зазнала значної організаційної трансформації, спрямованої на забезпечення сталого та безперервного зростання в майбутньому. Ми виокремили п'ять сфер діяльності, зосередившись на потребах споживачів, Партнерів бренду та співробітників. Ми також провели реструктуризацію та вертикальну інтеграцію глобальних та європейських організацій. В результаті, деякі члени нашого вищого керівництва залишили Оріфлейм. У цей час ми зосередилися на





індивідуальних бесідах, чіткому та прозорому інформуванні персоналу про зміни та подальші кроки, а також на святкуванні та висловленні подяки нашим колегам, які залишили нас. Протягом року нам довелося скоротити чисельність персоналу Групи з 5128 осіб (грудень 2021 року) до 4437 осіб (грудень 2022 року), що стало основною причиною високого відтоку кадрів у 2022 році.

Адаптація до нових методів роботи

У 2022 році ми знову відкрили наші офіси та оновили наші офісні приміщення під постпандемічний стиль роботи. У квітні ми переїхали до нового, повністю функціонального Офісу глобальної підтримки в Стокгольмі, що дозволило нам забезпечити різні робочі умови для різних типів роботи. Аналогічний підхід був застосований і в інших офісах на ринках та в регіонах.

У червні ми організували конференцію для глобального менеджменту Оріфлейм під назвою «Global Management MeetUp». Мета цього заходу полягала в узгодженні стратегії на майбутнє та зосередити увагу на трансформаційних заходах. Це була перша зустріч 100 наших топ-менеджерів з усього світу з моменту пандемії Covid, і ми транслювали частину заходу в Інтернеті. На глобальному заході, присвяченому 55-річчю компанії, всі співробітники по всьому світу мали змогу разом відзначити нашу багатолітню історію та наші численні досягнення за цей складний рік.

Близько 2500 співробітників приєдналися до цієї події онлайн через Zoom.

У 2022 році ми підтримали ринки, запустивши та активізувавши нашу щорічну тему «Together Towards Tomorrow» (Разом до завтрашнього дня), присвячену 55-річчю Оріфлейм і нашому безперервному руху до кращого майбутнього. Наприкінці року ми також розпочали розробку річної теми на 2023 рік – «Heart2Heart»,

яка має на меті надихнути співробітників та Партнерів бренду силою людського зв'язку та пам'ятними моментами в нашій компанії.

Вимірювання нашого впливу

Наприкінці року, щоб оцінити ефективність наших ініціатив, заходів та кампаній, ми запустили глобальну хвилю опитувань eNPS (Employee Net Promoter Score) на всіх ринках Оріфлейм. При вимірюванні Індексу досвіду співробітників ми оцінювали три основні сфери: культуру, офісний простір і технології, спираючись на методологію Джейкоба Моргана.

У 2022 році наш середньорічний Індекс досвіду співробітників виріс порівняно з доповідним рівнем і вже другий рік поспіль залишається на рівні 4,0 за шкалою від 1 до 5. Таку ж тенденцію ми спостерігаємо щодо Індексу рекомендацій, який зріс на 0,2 пункти порівняно з доповідними показниками і сягнув рівня 7,8 за шкалою від 1 до 10. Це чудова тенденція для нас, адже вона свідчить про те, що все більше співробітників готові рекомендувати Оріфлейм в якості місця роботи в своїх соціальних колах.

Загалом, Оріфлейм залишається компанією, яка перебуває на стадії становлення, незважаючи на те, що індекс досвіду співробітників дещо підвищився. У 2022 році ми побачили значні покращення в таких сферах, як культура та фізичний простір: люди частіше повертаються до офісу для роботи та цінують зусилля, які ми докладаємо, щоб зробити простір зручним та комфортним для їхніх професійних потреб. Однак, технологія бек-офісу все ще залишається для нас сферою вдосконалення, оскільки співробітники просять про більш зручні внутрішні системи та інструменти, а також спрощення внутрішніх процесів. Ще одним важливим пунктом для покращення є робоче



навантаження, яке, на думку респондентів, збільшилося у 2022 році через усі організаційні зміни в компанії та скорочення штату працівників. У 2023 році ми будемо шукати можливості для вирішення цих проблем і прагнемо, щоб Оріфлейм стала компанією, яка відповідає всім потребам наших співробітників.



Співробітники Оріфлейм у цифрах

Кількість національностей



Середній вік

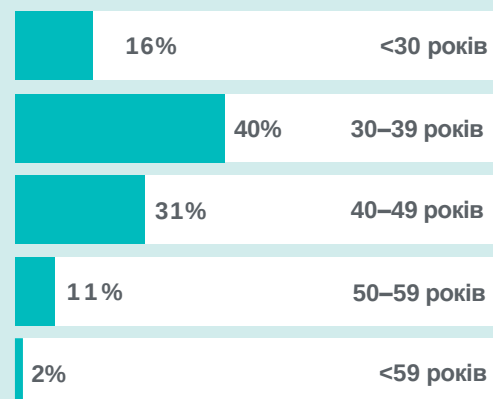
39



Середній термін перебування на посаді



Віковий розподіл

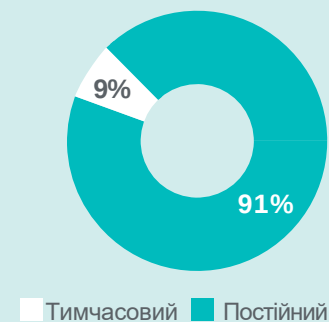


Плинність кадрів*

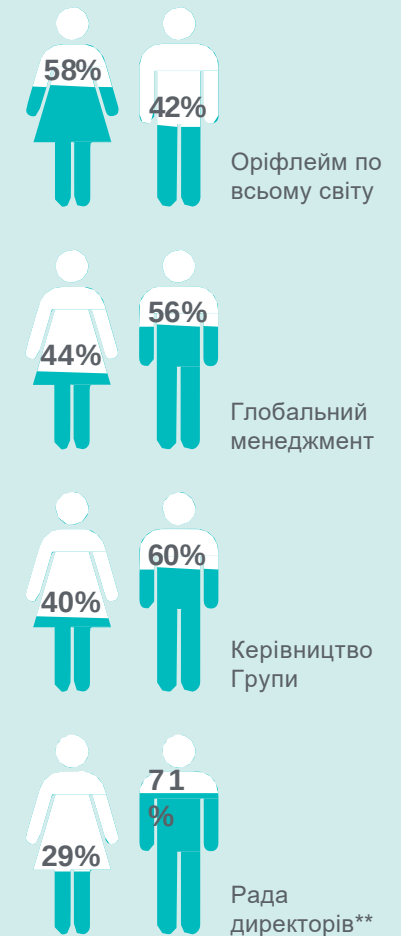


<30 років	51%
30–39 років	31%
40–49 років	24%
50–59 років	22%
<59 років	46%

Трудовий договір



Гендерний баланс



*Коефіцієнт плинності кадрів визначається як відношення кількості звільнень до загальної кількості працівників. *Oriflame Holding Ltd.

Здоров'я та безпека

Компанія Оріфлейм прагне до того, щоб жоден співробітник не наражався на ризики для здоров'я та безпеки, працюючи на нас або від нашого імені. Для кращого управління цими ризиками компанія Оріфлейм запровадила систему управління охороною здоров'я та безпекою праці. Функціональна відповідальність за охорону праці та здоров'я на глобальному рівні лежить на глобальній команді із забезпечення безпеки. Система управління стосується всіх працівників, включаючи підрядників/постачальників, які працюють на території компанії Оріфлейм або від її імені, а також усіх робочих місць, які належать компанії Оріфлейм або перебувають під її безпосереднім управлінням. Глобальна команда із забезпечення безпеки здійснює нагляд за оцінкою та мінімізацією значних ризиків для здоров'я на робочому місці. Відповідно до чинного місцевого законодавства, місцеві підрозділи Оріфлейм можуть впроваджувати місцеві ініціативи для виявлення небезпек та мінімізації ризиків для здоров'я на робочому місці.

Політика щодо охорони здоров'я та техніки безпеки

Основні вимоги до управління охороною здоров'я та безпеки на робочому місці детально викладені в нашій загальнодоступній [політиці на рівні Групи](#). Ці вимоги передбачають, зокрема, контроль за дотриманням чинних норм охорони здоров'я та безпеки, планування на випадок надзвичайних ситуацій, запобігання пожежам і збиткам, кваліфікацію постачальників і підрядників. Політика здійснюється через процес внутрішнього контролю, в рамках якого кожна компанія Оріфлейм повинна підтвердити виконання політики, яка щорічно перевіряється в усіх компаніях Групи.

Електронне навчання з охорони здоров'я та безпеки

Електронне навчання з питань охорони здоров'я та безпеки праці доступне для всіх співробітників англійською, російською, китайською (спрощеною) та французькою мовами. Електронне навчання є обов'язковим для всіх керівників і контролерів виробництва, лабораторій і складів Оріфлейм. З моменту його запровадження у 2018 році його пройшли понад 600 співробітників. У курсі чітко викладено права та обов'язки всіх працівників повідомляти про небезпеку та не займатися будь-якою діяльністю, яка, на їхню думку, може становити неприйнятну небезпеку для їхнього здоров'я або безпеки. Крім того, всі співробітники зобов'язані повідомляти про порушення Кодексу поведінки Оріфлейм. Більше інформації у розділі «[Права людини](#)».

Оцінка охорони здоров'я та безпеки праці

Ми збираємо і відстежуємо дані про інциденти та нещасні випадки на всіх наших підприємствах і аналізуємо наслідки, щоб мати змогу впроваджувати будь-які необхідні вдосконалення або превентивні заходи. Наші виробничі майданчики в Польщі та Росії мають сертифікацію «Система управління охороною здоров'я та безпеки праці» (ISO 45001:2018). Усі склади, які контролюються компанією Оріфлейм, зобов'язані проводити самооцінку охорони праці та безпеки принаймні раз на рік. За допомогою самооцінювання перевіряється рівень контролю дванадцяти найпоширеніших ризиків, що зустрічаються в цій сфері. Для кожного з цих ризиків пропонується наступна ієрархія засобів контролю:

1. Усунути небезпеку
2. Замінити небезпеку
3. Інженерний контроль
4. Адміністративний контроль

Процес розслідування виробничих інцидентів

Існує глобальна процедура управління виробничими інцидентами. Ця процедура передбачає:

- Визначення та обсяг звітності
- Вимоги до подання інформації про виробничі інциденти
- Вимоги до управління відповідними надзвичайними ситуаціями
- Вимоги до проведення повних і прозорих розслідувань
- Вимоги до визначення та впровадження відповідних коригувальних дій
- Вимоги до комунікації та глобального впровадження отриманих уроків

5. Поведінковий контроль та засоби індивідуального захисту

Суб'єкти господарювання, які проводять самооцінювання, несуть відповідальність за розробку планів поліпшення щодо всіх виявлених недоліків і демонстрацію досягнутих поліпшень.

Участь працівників в управлінні охороною здоров'я та безпекою праці

На наших основних підприємствах ми створили комітети з охорони здоров'я та безпеки праці, які збираються щонайменше чотири рази на рік, залежно від місця розташування, і до складу яких входять як представники керівництва, так і працівники. Комітети розглядають цілі системи управління охороною праці

на підприємстві та програми зниження ризиків. У разі необхідності ці комітети приймають рішення, пов'язані з визначенням і реалізацією таких цілей.

Пропаганда здорового способу життя працівників

Окрім організації оздоровчих заходів всередині компанії та популяризації здорового способу життя, у нас є місцеві та регіональні програми, в рамках яких працівники отримують інформацію щодо профілактики захворювань, зміцнення здоров'я та відновлення, відповідно до місцевих нормативно-правових актів. Крім того, деякі з наших місцевих підприємств пропонують своїм працівникам регулярний безкоштовний медичний огляд на додаток до стандартних і передбачених законодавством перевірок стану здоров'я на робочому місці.

Запобігання ризикам у постачальників

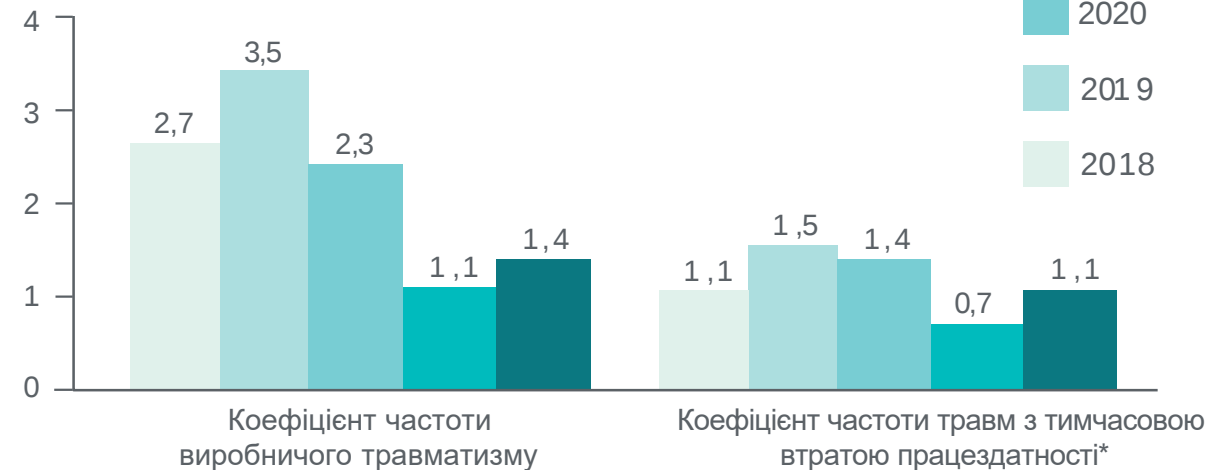
Постачальники Оріфлейм зобов'язані дотримуватися [Кодексу поведінки постачальників Оріфлейм](#), в якому викладено основні вимоги щодо зниження ризиків для здоров'я та безпеки на робочому місці. Ми запустили оновлену версію нашого Кодексу поведінки постачальників у 2022 році. Більше інформації про це представлено в розділі «Права людини». Якщо Оріфлейм передає деякі операції на аутсорсинг і якщо це дозволяють договірні відносини, відповідні ділові партнери Оріфлейм зобов'язані мінімізувати ризики для здоров'я та безпеки, на які наражаються їхні працівники під час роботи від імені Оріфлейм.

Прогрес у 2022 році

Глобальні та локальні ініціативи, спрямовані на забезпечення наших співробітників безпечними робочими місцями, процесами та інструментами, були продовжені у 2022 році. Особисті перевірки системи охорони здоров'я та безпеки праці, які проводилися

Коефіцієнт частоти виробничого травматизму та коефіцієнт частоти травматизму з тимчасовою втратою працездатності

Травми/мільйон відпрацьованих годин



в попередні роки, відновилися в деяких місцях, де це дозволили обмеження на поїздки через пандемію Covid-19, і були доповнені віртуальними перевітками. Ми повідомляємо та реєструємо кожен нещасний випадок та професійне захворювання на всіх наших об'єктах, включаючи смертельні випадки, тяжкі травми (з тяжкими наслідками), серйозні травми (що призвели до втрати щонайменше одного робочого дня після отримання травми), легкі травми та погіршення стану здоров'я. Зростання показника частоти травматизму у 2022 році порівняно з 2021 роком зумовлене переважно зменшенням тривалості робочого часу (-20%).

Протягом 2022 року не було зафіксовано жодного смертельного випадку внаслідок виробничого травматизму та жодного випадку виробничого травматизму з тяжкими наслідками для працівників та підрядників/

постачальників, які працювали на об'єктах Оріфлейм або від імені Оріфлейм. У 2022 році було зафіксовано шість випадків погіршення здоров'я, пов'язаних з трудовою діяльністю, та 12 виробничих травм, що виникли у працівників Оріфлейм. Ми розслідуємо нещасні випадки та професійні захворювання з метою виявлення першопричин. Відповідно, ми впроваджуємо коригувальні дії для запобігання майбутнім інцидентам. З метою виявлення першопричин надаються більш детальні дані про охорону праці та здоров'я. Відповідно, ми впроваджуємо коригувальні дії для запобігання майбутнім інцидентам. Більше інформації про охорону праці та безпеку здоров'я викладено у [Звіті про результати діяльності](#).

*Травми з тимчасовою втратою працездатності – це всі травми, які вимагають відсутності на роботі щонайменше один день після отримання травми за медичними показаннями.



	Виробниче середовище	Лабораторне середовище	Складське середовище	Офісне середовище
Небезпеки, що становлять ризик отримання травм з важкими наслідками	- Рухомі частини машин - Втручання в роботу машин в аварійних умовах - Гарячі рідини - Підсковзування, спотикання та падіння	- Гарячі рідини - Небезпечні речовини - Підсковзування, спотикання та падіння на однаковій висоті	- Взаємодія між пішоходами та транспортними засобами, що рухаються - Падіння предметів з висоти - Підсковзування, спотикання та падіння на однаковій висоті	Підсковзування, спотикання та падіння на однаковій висоті
Небезпеки, що становлять ризик професійного захворювання	Ураження небезпечними речовинами	Ураження небезпечними речовинами	- Повторювані завдання - Переміщення важких вантажів вручну	- Повторювані завдання - Стрес і баланс між роботою та особистим життям
Усі вищезазначені небезпеки були визначені за допомогою аналізу інцидентів, візитів на місця, контрольних переліків самооцінки та дистанційних оглядів. Ризики, пов'язані з цими небезпеками, мінімізуються шляхом їх усунення, інженерно-технічних заходів, адміністративного управління/процедур, навчання та засобів індивідуального захисту.				

Безпека рук

Оскільки руки та пальці наших співробітників є частинами тіла, які найчастіше травмуються на роботі*, ми впровадили низку заходів для зменшення цього ризику. Наприклад, наш завод у Польщі тепер пакує продукцію, яку він виробляє, у коробки, які не потребують використання ножів для роботи з ними. У цих коробках є спеціально розмічена лінія, за допомогою якої можна вручну розірвати коробку. Це зменшує потребу наших операторів на складах використовувати небезпечні ножі для відкриття коробок.



* На основі даних про інциденти та нещасні випадки, зібраних з 2017 року*



Права людини

ВДОСКОНАЛЕННЯ СТАНДАРТІВ ПО ВСЬОМУ ЛАНЦЮЖКУ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ

Оріфлейм працює в більш ніж 60 країнах світу і має базу постачальників з широкою географією, що ставить перед нами численні виклики. Ми маємо тверду позицію щодо соціальних та етичних питань. Якщо в нашій діяльності або діяльності наших постачальників стають очевидними будь-які невідповідності, ми зобов'язуємося вживати заходів.

З метою кращого розуміння ризиків для прав людини, пов'язаних із нашою діяльністю, ми провели поглиблене дослідження, в якому оцінили основні види впливу на права людини в рамках нашого бізнесу. У результаті ми визначили наші найсуттєвіші ризики і зараз працюємо над тим, щоб забезпечити їх належне усунення. Наше зобов'язання поважати права людини в нашій діяльності, в

нашому ланцюжку постачання і в громадах, де ми працюємо, узагальнюється у внутрішньому Зобов'язанні щодо дотримання прав людини, затвердженому керівництвом Групи і включеному в нашу політику на рівні Групи. Ми зобов'язуємося проводити оцінку ризиків для прав людини на всіх нових ринках у рамках нашого процесу комплексної перевірки. У 2022 році ми розпочали комерційну діяльність у Гані та Німеччині, і тому, в рамках нашої комплексної перевірки, ми ініціювали проведення оцінки ризиків для прав людини на цих ринках.

Етика та дотримання норм

Дотримання норм в Оріфлейм визначається як комплекс інструментів та ініціатив, спрямованих на захист співробітників, ресурсів, цілісності, репутації та ділових партнерів компанії. Ми дотримуємося букви і духу закону та намагаємося завжди, за можливості, не виходити



за його рамки і завжди чинити правильно. В Оріфлейм ми дотримуємося політики нульової толерантності до будь-яких порушень прав людини, включаючи будь-які форми активної чи пасивної корупції, переслідувань і дискримінації. У 2020 році ми оновили Кодекс поведінки наших співробітників.

Цей документ ґрунтується на восьми конвенціях Міжнародної організації праці, підкріплений кількома внутрішніми політиками та встановлює принципи, якими ми керуємося, працюючи в Оріфлейм, завжди дотримуючись високого рівня доброчесності та етичної і моральної свідомості. Кодекс поведінки доступний для всіх співробітників декількома мовами.

Зміст Кодексу поведінки пояснюється і доступний для всіх співробітників у спеціальному електронному навчальному курсі. Протягом 2022 року курс електронного навчання з Кодексу поведінки пройшли 317 нових співробітників. Наші керівники є нашою першою лінією захисту – ми вважаємо, що вони повинні подавати приклад у всьому, що роблять, активно прислухатися до проблем у своїх командах і діяти відповідно до них. Починаючи з 2018 року, наші ключові співробітники щорічно дають обіцянку щодо дотримання норм. Обіцянка є одночасно підтвердженням особистого дотримання та підтримки правил і цінностей нашого Кодексу поведінки минулої року, а також зобов'язанням продовжувати робити це і в наступному році. У 2022 році наші топ-менеджери (директори і вище), а також керівники середньої ланки, які виконують обов'язки менеджера по роботі з персоналом, дали таку обіцянку щодо дотримання норм (всього: 761 співробітник).

Ми заохочуємо співробітників повідомляти про проблеми та ставити питання, пов'язані з дотриманням норм. Співробітники Оріфлейм, а також інші зацікавлені сторони (наприклад, постачальники, Партнери бренду, широка громадськість) можуть повідомляти про проблеми, пов'язані з дотриманням компанією Оріфлейм чинного законодавства та належної ділової практики. З 2007 року компанія Оріфлейм використовує декілька механізмів повідомлення, які гарантують конфіденційність та захист від переслідувань усім особам, які добросовісно повідомляють про порушення. Оріфлейм дотримується вимог Директиви ЄС 2019/1937 про захист осіб, які повідомляють про порушення законодавства ЄС, і поширила її принципи на всю Групу за допомогою Процедури Групи. Усі заяви про порушення чинного законодавства, Кодексу поведінки та політик Оріфлейм або інших відповідних стандартів розглядаються членами Глобальної команди із забезпечення якості та безпеки. Підтверджені випадки передаються на розгляд

Корпоративного комітету (генеральний директор, заступник генерального директора та фінансовий директор). У разі необхідності цей комітет вимагає проведення розслідувань. У 2022 році Корпоративний комітет наглядав за менш ніж 10 справами. З моменту свого створення комітет розглядає у середньому близько 10 справ на рік. Статистичні дані щодо цих механізмів звітності, а також основні дані із деяких справ щоквартально подаються до Аудиторського комітету, що складається з членів Ради директорів, зі збереженням конфіденційності тих, хто звітує. Оріфлейм зобов'язується захищати права людей, включаючи свободу об'єднань, на всіх етапах свого ланцюжка створення вартості. Примусова праця, дитяча праця та сучасне рабство чітко і суворо заборонені в компанії Оріфлейм. У нас є Кодекс поведінки постачальника, який переносить ці вимоги на наших зовнішніх постачальників. Кодекс поведінки постачальників був оновлений у 2022 році і є частиною наших стандартних умов ведення бізнесу з постачальниками.

Сталі постачальники

Ми в Оріфлейм вважаємо, що інтеграція критеріїв сталого розвитку в практику закупівель є важливою частиною руху до більш сталого ланцюжка створення вартості.

Ланцюг постачання Оріфлейм

Понад 70% нашої продукції виробляється на власних виробничих потужностях. У 2022 році ми отримали близько 240 мільйонів одиниць готової продукції від понад 55 глобальних і регіональних постачальників. Ця продукція постачається на ринки Оріфлейм по всьому світу. Нашими основними ринками постачання у 2022 році були Польща, Індія та Китай. Ми прагнемо знайти постачальників якомога ближче до наших ринків за допомогою різних регіональних ініціатив, дотримуючись при цьому законодавчих вимог і підвищуючи рівень сервісу.



Програма відповідального вибору прямих постачальників Оріфлейм



Деякі з наших продуктів, пакування та сировини постачаються з ринків, які класифікуються як ринки з високим ризиком в контексті дотримання прав людини та корупції згідно з Індексом сприйняття корупції Transparency International. Основними країнами з таким ризиком для Оріфлейм є Росія, Індонезія, Індія, Китай і Малайзія. У 2019 році ми почали розробляти процес посилення вимог і поліпшення їх дотримання як для прямих, так і для непрямих постачальників. Ця робота продовжилася і в 2022 році для хапезпечення управління нашими постачальниками в країнах з високим рівнем таких ризиків.

Програма відповідального вибору постачальників Oriflame

Для покращення наших показників сталого розвитку по всьому ланцюжку створення вартості, ми розробили програму відповідального вибору постачальників Оріфлейм. Програма призначена для наших прямих постачальників, вона починається з процесу адаптації та продовжується протягом усього періоду ділових відносин. Вона дозволяє нам об'єктивно оцінювати наших постачальників за низкою критеріїв сталого розвитку, включаючи права людини, а також визначає наші вимоги до того, як оцінюються, аналізуються та розвиваються постачальники.

Програма відповідального вибору постачальників Оріфлейм складається з процесу оцінки ризиків і визначення пріоритетів, Кодексу поведінки постачальників Оріфлейм, вимог до конкретних товарів, оцінки EcoVadis та/або аудиту сталого розвитку, а також плану вдосконалення та коригувальних дій.

Основою програми є [Кодекс поведінки постачальника Оріфлейм](#), в якому викладено наші вимоги щодо умов праці, охорони здоров'я та безпеки, дискримінації, а також впливу на навколишнє середовище.

Кодекс застосовується насамперед до всіх наших прямих постачальників першого рівня, хоча ми розраховуємо, що наші постачальники будуть впроваджувати Кодекс поведінки постачальника Оріфлейм у своєму власному ланцюжку створення вартості. Кодекс поведінки постачальників Оріфлейм був оновлений у 2022 році і знаходиться у відкритому доступі на нашому вебсайті.

До деяких видів продукції висуваються особливі вимоги для забезпечення досягнення наших цілей сталого розвитку та мінімізації ризиків. Це стосується таких товарів, як пальмова та пальмоядрова олія (включно з похідними), папір і картон, деревина та пластик. З 2012 року компанія Оріфлейм запрошує своїх постачальників пройти процедуру оцінки EcoVadis. За результатами оцінювання ми отримуємо детальний перелік показників, які допомагають нам зрозуміти, наскільки постачальник відповідає принципам сталого розвитку. Ця оцінка, що ґрунтується на доказах, адаптована до сотень бізнес-категорій і враховує відповідні галузеві маркування та сертифікати, а також вимоги місцевого законодавства. Вона також відповідає глобальними стандартами, таким як Глобальний договір ООН. Ми встановили цільовий показник у 45 балів для виконання основних вимог нашої програми відповідального вибору постачальників і вважаємо, що картка оцінювання дійсна протягом трьох років. Якщо постачальник набирає менш як 45 балів, ми разом формуємо план коригувальних дій, а повторне оцінювання має бути проведене протягом одного року з моменту публікації попередніх показників.

У 2022 році ми посилили наші зусилля щодо збільшення охоплення постачальників та витрат і вирішили відтепер включати в нашу статистику всі сфери прямих витрат. Станом на 31 грудня 2022 року ми мали приблизно 91% глобальних прямих зовнішніх витрат, які охоплюються дійсною системою показників EcoVadis.



Аудит сталого розвитку

Пріоритетність аудитів у сфері сталого розвитку визначається на основі оцінки ризиків або балів Ecovadis для прямих постачальників з високим ступенем ризику. Аудити у сфері сталого розвитку проводяться для підтвердження відповідності Кодексу поведінки постачальників Оріфлейм і мінімальним вимогам сталого розвитку. Ми проводимо як аудит нових постачальників, так і регулярні перевірки наявних постачальників. Аудити передбачають екологічні та соціальні критерії. З травня 2020 року ми почали проводити дистанційні аудити для захисту здоров'я співробітників під час пандемії Covid-19, а також забезпечення безперервності бізнесу, обслуговування та підтримки зацікавлених сторін. Дистанційний аудит проводиться так само, як і аудит на місці; оцінка проводиться в режимі реального часу за допомогою онлайн-відео, під час якого проводиться інтерв'ю з командою, інспекція об'єкта та перевірка записів і документів. До дистанційних аудитів застосовується така ж система оцінювання та підрахунку балів, як і до аудитів на місці.

До категорій, що перевіряються, належать: косметика, Wellness-товари, постачальники пакування та аксесуарів. У разі виявлення невідповідностей, з постачальником узгоджується та впроваджується план коригувальних дій. Потім постачальнику надається певний період часу (як правило, три місяці) для завершення дій, необхідних для усунення невідповідностей.

Постачальники оцінюються за шкалою від А до Е, де А – найкращий результат. Щоб пройти аудит Оріфлейм, постачальник повинен здобути оцінку не менше С. Постачальники з оцінкою D (наявні або потенційні) визначаються як такі, що мають критичні невідповідності або показник відповідності менше ніж 70%. Постачальники з оцінкою Е (наявні або потенційні) визначаються як такі, що мають критичні невідповідності або показник відповідності менше ніж 50%.

Потенційні постачальники з оцінкою D та Е або значно покращують свої показники за допомогою плану коригувальних дій, або не стають частиною нашого бізнесу. Наявні постачальники з оцінками D та Е найчастіше готові покращити свої показники та усунути невідповідності за допомогою плану коригувальних дій. Якщо ні, з ними обговорюється план припинення співпраці. Поточний статус прогресу кожного постачальника регулярно перевіряється командою із закупівель та глобальною командою з питань якості та сталого розвитку. Останніми роками основна увага приділяється спільній роботі з постачальниками для зменшення кількості невідповідностей та покращення їхніх показників сталого розвитку.

Для того, щоб отримати оцінку А, постачальник повинен мати показник відповідності понад 95%. Завдяки таким високим стандартам за останні три роки лише один з перевірених постачальників отримав оцінку А. Два постачальники, які отримали оцінку Е під час перших аудитів, підвищили її з Е до С після роботи групи з усунення недоліків. Протягом останніх років основна увага приділялася спільній роботі з постачальниками для зменшення невідповідностей та покращення їхніх показників сталого розвитку.

Узагальнення результатів аудиту

За останні три роки було виявлено три основні проблемні сфери:

- Безпека на робочому місці (наприклад, недостатня кількість засобів індивідуального захисту, недостатній рівень управління перевіркою стану здоров'я на робочому місці, заблоковані аварійні виходи, неналежна політика електробезпеки).
- Умови зайнятості та праці (наприклад, надмірна тривалість робочого часу, неналежні пільги для контрактних працівників, включаючи відпустки та премії тощо).

- Дотримання законодавства (наприклад, недостатній контроль за ліцензією, трудовим договором та реєстрацією персональних даних тощо).

У 2022 році жоден аудит не зафіксував випадків нульової толерантності. Під час наших перевірок ми не виявили жодних доказів використання праці дітей, а також не зіткнулися з випадками примусової праці. Більша частина невідповідностей пов'язана з відсутністю формальних політик і процедур для належного контролю ризиків.

Результати аудиту сталого розвитку





Безпека споживачів

МИ НІКОЛИ НЕ ЙДЕМО НА КОМПРОМІСИ, КОЛИ ЙДЕТЬСЯ ПРО БЕЗПЕКУ НАШИХ СПОЖИВАЧІВ – ЇХНІЙ ДОБРОБУТ МАЄ ДЛЯ НАС ПЕРШОЧЕРГОВЕ ЗНАЧЕННЯ

В Оріфлейм працює команда експертів з безпеки, яка співпрацює з внутрішніми та зовнішніми фахівцями, що проводять регулярні тренінги для вдосконалення нашого підходу до оцінки безпеки. Разом вони гарантують, що кожен інгредієнт, який ми використовуємо, і кожен продукт, який ми продаємо, відповідає нашим високим стандартам якості та безпеки. Ми дотримуємося **однакових високих стандартів, де б у світі не вироблялася і не продавалася наша продукція.**

Оріфлейм використовує лише високоякісну сировину. Таким чином ми гарантуємо, що мінімізуємо наявність будь-яких ненавмисно доданих інгредієнтів. Вся наша сировина проходить сувору оцінку ряду експертів на різних етапах розробки нашої продукції. Уся косметична продукція Оріфлейм виготовляється відповідно до положень Регламенту ЄС щодо косметичних засобів (ЄС № 1223/2009) та інших основних міжнародних нормативних актів. На ринках з менш норвиненим нормативно-правовим регулюванням, Оріфлейм застосовує вимоги європейського законодавства щодо безпеки. Ми вживаємо ще більш суворих заходів для забезпечення безпеки нашої Wellness-продукції.

До всіх наших косметичних продуктів ми застосовуємо комплексну оцінку, яка охоплює наступне:

- Ми проводимо ретельну оцінку всієї сировини. Ми залучаємо лише надійних постачальників і відбираємо лише ті інгредієнти, які підтверджені надійними даними.
- Ми ретельно вимірюємо безпечні рівні концентрації.
- Наша команда експертів-токсикологів гарантує, що інгредієнти є безпечними для кожного цільового використання та цільової групи споживачів.
- Ми тестуємо нашу кінцеву формулу на безпечність для шкіри на здорових добровольцях у незалежних лабораторіях, а також використовуємо тести «in vitro» (без участі тварин), щоб додатково підтвердити безпечність нашої продукції.
- Після запуску на ринок ми активно збираємо відгуки від споживачів і дані про будь-які небажані наслідки, щоб дослідити потенційні причини та інтегрувати отримані знання в розробку нашої продукції, щоб постійно підвищувати її безпеку.

Усі наші продукти розробляються відповідно до світового та місцевого законодавства про харчові продукти із застосуванням суворих критеріїв для забезпечення їхньої якості та безпеки. Крім того, в рамках зобов'язань компанії Оріфлейм щодо якості продукції та безпеки харчових продуктів, ми наполягаємо на тому, щоб усі постачальники, які виробляють нашу продукцію, дотримувалися суворих стандартів безпеки та якості харчових продуктів.

Для досягнення цієї мети ми розробили Кодекс практики Оріфлейм для постачальників Wellness-продукції, який базується на європейському харчовому законодавстві, стандартах сертифікації безпеки харчових продуктів, найкращих галузевих практиках та специфічних вимогах Оріфлейм, що гарантує, що вся наша Wellness-продукція відповідає однаковому рівню високих стандартів безпеки в усьому світі.

100% косметичних засобів, аксесуарів і товарів для краси та здоров'я, розроблених компанією Оріфлейм у всьому світі, проходять суворі внутрішні процедури та оцінюються перед запуском на ринок для забезпечення відповідності вимогам до маркування на всіх ринках, де вони продаються, наприклад, Регламентів ЄС № 1223/2009 щодо косметичних засобів та № 1169/2011 щодо продуктів харчування.

Ми усвідомлюємо важливість отримання зворотного зв'язку від споживачів щодо нашої продукції і працюємо над тим, щоб спростити для них процедуру надання інформації про інциденти, пов'язані з використанням продукції. У 2020 році ми запустили онлайн-інструмент, що дає змогу повідомляти про певні інциденти в режимі реального часу і отримувати нашої команді з безпеки цінну інформацію.

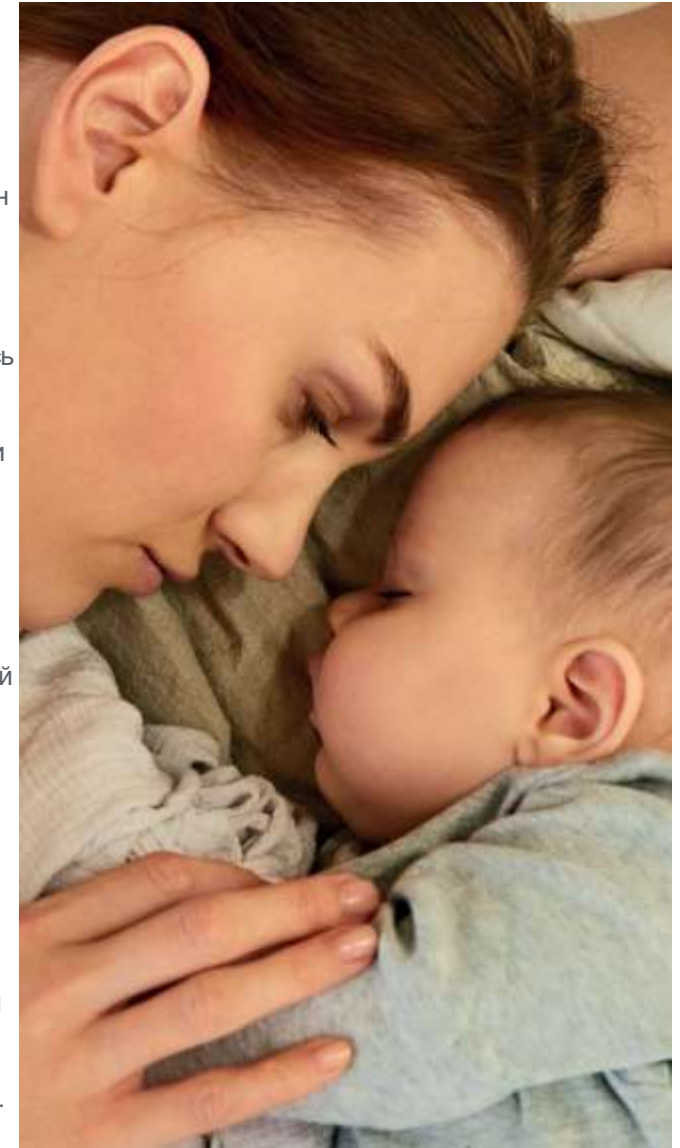
Ми маємо сертифікати безпеки для 100% наших косметичних та Wellness-продуктів, розроблених у всьому світі, які ми випускаємо на ринок. Ми розробили елементи системи управління якістю, які дозволяють нам реєструвати невідповідності та скарги клієнтів, а потім вирішувати їх за допомогою аналізу першопричин та системи коригувальних і запобіжних дій.

У 2022 році ми також провели тренінги з відкликання продукції та здійснили пробні відкликання на більшості наших ключових ринків для перевірки готовності. Ці перевірки підтвердили позитивні результати та нашу здатність швидко ідентифікувати продукцію, що потенційно може постраждати, а також підтвердили процедури вилучення продукції, зв'язку з клієнтами та підготовки повідомлень.

Оріфлейм прагне уникати використання CMR-речовин (речовин, що класифікуються як канцерогенні, мутагенні або токсичні для репродуктивної функції) у нашій продукції. Ми робимо це, постійно відстежуючи останні наукові дослідження щодо наших інгредієнтів і вживаючи своєчасних заходів, якщо ми помічаємо, що якийсь інгредієнт не відповідає високим стандартам безпечності Оріфлейм. Тому ми з гордістю повідомляємо, що в нашій продукції немає жодної речовини, яка може спричинити захворювання ендокринної системи.

Ми усвідомлюємо, що речовини, які порушують роботу ендокринної системи, хвилюють наших споживачів. Наш підхід тут незмінний – ми постійно стежимо за розвитком подій, пов'язаних з речовинами, які порушують роботу ендокринної системи, і ми забороняємо або вилучаємо будь-який інгредієнт, який не відповідає нашим жорстким зобов'язанням щодо безпеки.

Ми в Оріфлейм вважаємо за необхідне вживати додаткових заходів для гарантії безпеки дітей, які користуються нашою продукцією. Саме тому ми гарантуємо, що всі ароматизатори, які використовуються в дитячій продукції, не містять жодного з відомих ароматичних алергенів. Нанотехнології – це все ще молода наука, яка відкриває багато можливостей. Поки наука продовжує розвиватися, ми зобов'язуємося використовувати лише наноматеріали, оцінені незалежним науковим органом, який консультує Європейську комісію (SCCS), і які довели свою безпеку. Ми хочемо дати нашим споживачам впевненість у тому, що наноматеріали, які містяться в продуктах Оріфлейм, є безпечними та ефективними.





Соціально відповідальна продукція

ЗМІНЮЄМО СВІТ НА КРАЩЕ

Наші продукти повинні приносити користь кількома способами, щоб залишатися актуальними для наших клієнтів.

Ми додали цю спеціальну цільову категорію, щоб підкреслити наші наміри на майбутнє. Протягом багатьох років ми створювали кілька ініціатив спрямованих на соціальну відповідальність.

Відповідальний підхід до видобутку натуральної слюди

Слюда – це група мінералів, які використовуються у багатьох галузях промисловості та споживчих товарах. В Оріфлейм ми переважно використовуємо натуральну слюду в якості перламутрового пігменту в косметичці, а також для покращення властивостей і текстури. Крім того, слюда може бути присутня в деяких наших пакуваннях. Значна частина нашої натуральної слюди постачається з Індії, де через соціально-економічні проблеми існує ризик використання дитячої праці та наявності небезпечних умов для тих, хто працює в шахтах. Компанія Оріфлейм приєдналася до Ініціативи щодо відповідального видобутку слюди (RMI) у 2017 році і продовжує активно брати участь у цій ініціативі дотепер. Метою RMI є викорінення дитячої

праці та неприйнятних умов праці в індійському ланцюжку постачання слюди шляхом співпраці з компаніями з різних галузей промисловості та за цінної підтримки місцевих неурядових організацій. Стратегія організації передбачає три напрямки, над якими необхідно працювати для покращення загальних умов праці людей, що працюють в індійському ланцюжку постачання слюди:

1. Мапування та стандарти робочих місць

Мета полягає в тому, щоб 100% учасників ланцюга постачання слюди в Біхарі та Джаркханді дотримувалися всесвітньо визнаних стандартів зайнятості, охорони здоров'я та безпеки праці, а також екологічних стандартів, які включають заборону на використання дитячої праці. У 2019 році Оріфлейм разом з іншими компаніями-учасниками RMI взяла участь у проєкті зі складання мапи ланцюжка постачання, щоб зрозуміти походження слюди, яку ми використовуємо. Переробним заводам, залученим до ланцюга постачання, було запропоновано випробувати або прийняти стандарти на робочих місцях, і три заводи зголосилися зробити це добровільно. Тепер учасники RMI повинні визначити джерело та кількість слюди у своїй продукції та занести ці дані в інструмент простежуваності.

Після цього кожен учасник ланцюга постачання повинен запровадити стандарти щодо умов праці, охорони здоров'я, безпеки та справедливих умов праці, які передбачають заборону на використання дитячої праці.



2. Розширення прав і можливостей громад

Мета полягає в тому, щоб 100% громад у районах видобутку слюди в Біхарі та Джаркханді вдалося реалізувати інклюзивні програми розширення прав і можливостей, які забезпечать підвищення рівня життя, покращення освітніх ресурсів для дітей, покращення охорони здоров'я та створять альтернативні джерела доходу для зменшення економічної залежності від слюди. У 2018 році в рамках ініціативи RMI розпочалася трирічна програма з розробки інноваційних і масштабованих рішень, спрямованих на покращення добробуту дітей і дорослих у громадах та створення умов для сталого розвитку слюдяної промисловості. Програма передбачає розширення доступу до якісної освіти, поліпшення економічних умов, а також покращення доступу до медичних послуг.

3. Нормативно-правова база

Нормативно-правова база полягає в тому, щоб дозволити 100% збирачів слюди, власників і операторів компаній, що беруть участь у секторі видобутку слюди в Біхарі і Джаркханді, працювати в рамках чіткої правової бази і пов'язаних з нею систем контролю, які регулюють всі аспекти слюдяної промисловості. RMI бере участь у програмі взаємодії з ключовими зацікавленими сторонами в уряді, приватному секторі та організаціях громадянського суспільства, які знають про актуальні умови, що впливають на слюдяну промисловість, і які можуть радити та впроваджувати зміни, необхідні для створення сталої слюдяної промисловості в Джаркханді та Біхарі. У 2022 році уряд штату Джаркханд продемонстрував дуже позитивні сигнали і здійснив конкретні кроки, взявши на себе ініціативу у розв'язанні питання щодо слюди. Також у 2022 році відбулася успішна презентація на Мадагаскарі. Ключові зацікавлені сторони були ознайомлені з підходом RMI, і було запущено активну базову лінію.



Tender Care Togetherness

У 2022 році ми випустили спеціальну версію нашого культового захисного бальзаму «Tender Care» з синьо-жовтою упаковкою на честь українського прапора. Ця спеціальна версія під назвою Tender Care Togetherness продавалася по всій Європі на підтримку жертв війни в Україні. Прибуток від продажу Tender Care Togetherness були передані різним місцевим благодійним організаціям через Фонд Оріфлейм, що подвоїв зібрану суму.

ДОСЛІДЖЕННЯ
ПРИКЛАДУORIFLAME
INDONESIA
FAVORITE
HALAL BRANDSubcategory Cosmetic
LPPOM MUI
Halal Award 2022

Здобуття сертифікації «Халяль» для Оріфлейм у 2022 році

Ми прагнемо зробити нашу продукцію доступною для всіх – людей різного походження, етнічної приналежності та віросповідання. Це означає, що ми прагнемо надавати продукцію, яка є дозволеною, патентованою та безпечною для використання всією сім'єю.

Ринок халяльної косметики стрімко розширюється і, ймовірно, матиме щорічний темп зростання на рівні 6,8% у період 2016-2024 років. Компанії усвідомлюють можливості, які може створити сертифікація їхньої продукції за стандартом «Халяль», і почали інвестувати в процес сертифікації.

Індонезія – один з ключових ринків збуту Оріфлейм, 88% населення якого є мусульманами. Напередодні прийняття нового законодавства у 2017 році ми прийняли рішення забезпечити різноманітний асортимент продукції, сертифікованої на 100% за стандартом «Халяль», для індонезійського ринку.

Хоча Халяль традиційно асоціюється з витратними матеріалами, мусульмани все частіше шукають сертифіковану Халяль косметику та товари для краси. Вони хочуть мати можливість вибирати для себе та своїх родин надійні продукти, сертифіковані за стандартом «Халяль».

Маркування «Халяль» на продуктах дає впевненість у тому, що вони вироблені відповідно до халяльних стандартів. На ринку дуже мало варіантів косметики, сертифікованої за стандартом «Халяль», проте у квітні 2022 року Оріфлейм представила на індонезійському ринку повністю сертифіковану за стандартом «Халяль» лінійку продукції.

Ще однією визначною подією 2022 року стало те, що Оріфлейм отримала нагороду «Улюблений халяльний бренд» у підкатегорії «Косметичні засоби». Нагорода ґрунтувалася не лише на якості нашої Системи забезпечення Халяль, а й на результатах голосування користувачів рекламних медіа та споживачів LPPOM MUI.



Цілі та зобов'язання



Досвід співробітників

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Забезпечити рівні можливості для жінок і чоловіків шляхом залучення представників меншин у ключові керівні органи та управлінські команди на рівні не менше 40%.	Щорічно		40%/60%	У 2022 році у складі Глобальної управлінської команди було 40% жінок (-5 в.п. у порівнянні з 2021 роком) та 60% чоловіків у складі керівництва Групи (+5 в.п. у порівнянні з 2021 роком).	Досягнуто



Права людини

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Проводити оцінку ризиків для прав людини на всіх нових ринках у рамках нашого процесу комплексної перевірки.	Щорічно		2	У 2022 році ми розпочали комерційну діяльність у Гані та Німеччині, і тому в рамках нашої комплексної перевірки ми проводимо оцінку ризиків для прав людини на цих ринках.	В процесі
2. Припинення існуючих ділових відносин з будь-яким постачальником або припинення процесу затвердження нового постачальника у разі систематичних порушень прав людини або систематичних випадків корупції та/або хабарництва.	Щорічно		Відсутній	Систематичних порушень прав людини або випадків корупції/хабарництва не виявлено.	В процесі



Безпека споживачів

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Усі наші косметичні та Wellness-продукти проходять безперервну оцінку після запуску, від моніторингу інгредієнтів до отримання та аналізу відгуків споживачів, що гарантує постійне підвищення безпеки нашої продукції для споживачів.	Щорічно	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	Досягнуто на 2022 рік	Жодних відхилень від цього твердження не було у 2022 році	Досягнуто
2. Уникати використання в нашій продукції інгредієнтів, що містять канцерогенні речовини (CMR). Ми робимо це, постійно відстежуючи останні наукові дані про наші інгредієнти та вживаючи своєчасних заходів щодо будь-якого інгредієнта, який може належати до цього класу.	Щорічно	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	Досягнуто на 2022 рік	Жодних відхилень від цього твердження не було у 2022 році	Досягнуто
3. Стежити за розробками щодо ендокринних руйнівників і не дозволяти їх використання або вилучати з нашої продукції, у разі підтвердження науковими даними ендокринної руйнівної дії інгредієнта.	Щорічно	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	Досягнуто на 2022 рік	Ми продовжуємо стежити за розвитком подій щодо речовин, які порушують роботу ендокринної системи. Жодних відхилень від цього твердження не було у 2022 році	Досягнуто
4. Вживати додаткових заходів для гарантії безпеки дітей, які користуються нашою продукцією. Саме тому ми гарантуємо, що всі ароматизатори, які використовуються в дитячій продукції, не містять жодного з відомих ароматичних алергенів.	Щорічно	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	Досягнуто на 2022 рік	Жодних відхилень від цього твердження не було у 2022 році	Досягнуто



Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
5. Використовувати лише наноматеріали, які пройшли оцінку незалежного наукового органу, що консультує Європейську комісію, та довели свою безпечність.	Щорічно		Досягнуто на 2022 рік	З 2018 року ми не використовуємо жодних нових наноматеріалів у розробці продуктів.	Досягнуто
6. Використовувати лише високоякісну сировину. Таким чином ми гарантуємо, що мінімізуємо наявність будь-яких ненавмисно доданих інгредієнтів. Уся наша сировина проходить ретельну оцінку ряду експертів на різних етапах процесу розробки продукту, гарантуючи, що всі матеріали відповідають нашим дуже високим стандартам.	Щорічно		Досягнуто на 2022 рік	Жодних відхилень від цього твердження не було у 2022 році	Досягнуто



Соціально відповідальна продукція

Цілі/зобов'язання	Кінцевий термін	ЦСР	Результат	Коментар	Статус
1. Розробляти нові продукти з соціальною метою та збільшувати продажі наявних*.	Щорічно		Досягнуто на 2022 рік	Протягом року ми запустили проект Tender Care Togetherness для підтримки тих, хто постраждав від війни в Україні.	Досягнуто

*Соціальна мета – це коли продукт і навколишня комунікація спрямовані на те, щоб принести користь споживачеві, пов'язану з його фізичним або психічним благополуччям.



Спілкуйтеся та долучайтесь

Ми прагнемо до відкритого, прозорого діалогу з усіма зацікавленими сторонами – співробітниками, Партнерами бренду, постачальниками, інвесторами та іншими суб'єктами суспільства.

Ми також усвідомлюємо потенціал взаємодії та успішної комунікації з нашими бренд-партнерами та споживачами у досягненні наших цілей щодо сталого розвитку. Щомісяця наш бізнес задовольняє потреби понад 9 мільйонів людей у більш ніж 60 країнах світу. Якщо ми зможемо продемонструвати партнерам і споживачам цінність сталого розвитку, вони допоможуть розповсюдити такий підхід серед мільйонів людей.

Комунікація сталого розвитку

Ми повідомляємо про наші ініціативи зі сталого розвитку, щоб Партнери бренду Оріфлейм та споживачі знали, які кроки ми робимо для того, щоб досягти більше цілей сталого розвитку. Загалом 89% Партнерів бренду Оріфлейм погоджуються з тим, що ми дбаємо про природу та навколишнє середовище, і ми також сподіваємося надихнути наших Партнерів бренду Оріфлейм і наших споживачів діяти і робити свій внесок у створення кращого, більш сталого світу.

Позиціонування нашого бренду

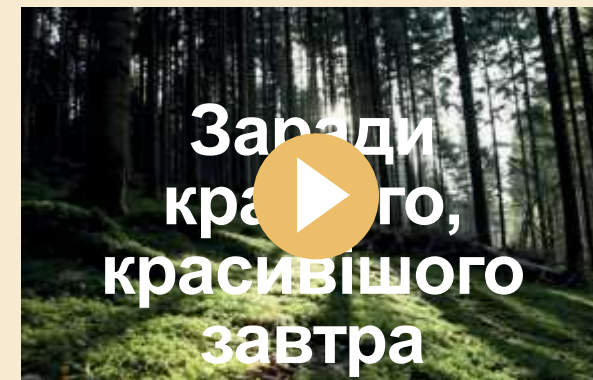
Компанія Оріфлейм була заснована у Швеції в 1967 році на основі глибокого переконання, що всі люди заслуговують на однакові можливості в житті для розкриття свого потенціалу. Сьогодні ми продовжуємо залишатися вірними мрії наших засновників, надихаючи інших, надаючи можливості та створюючи краще майбутнє, постійно прагнучи вдосконалюватися і вдосконалювати себе та нашу продукцію. Ми твердо переконані, що краса починається з доброти, це йде від відчуття зсередини, а не ззовні. Ми хочемо поділитися цією думкою з людьми по всьому світу і зробити якісну шведську продукцію для краси та здоров'я, натхненну природою і засновану на наукових дослідженнях, доступною завдяки особистим рекомендаціям і перевіреним відгукам.

Активізація бренду

У 2022 році ми надали всім регіонам діяльності Оріфлейм оновлені матеріали в нашому інструментарії для активізації бренду щодо сталого розвитку. Мета нашого інструментарію зі сталого розвитку – зробити сталий розвиток невід'ємною частиною комунікації нашого бренду, а в довгостроковій перспективі – навчати та надихати Партнерів бренду і споживачів щодо ініціатив Оріфлейм зі сталого розвитку, а також заохочувати їх самим до більш сталого/екологічного способу життя. Оскільки існує дуже різний рівень обізнаності щодо питань сталого розвитку, ми хочемо донести цю інформацію до Партнерів бренду по всьому світу для підвищення їх обізнаності у цих питаннях.

Сприйняття сталого розвитку нашими Партнерами бренду

Крім створення комунікації зі сталого розвитку, ми також проводимо щорічне глобальне дослідження бренду Оріфлейм, щоб оцінити, як сприймаються наші ініціативи зі сталого розвитку. Метою Глобального дослідження бренду Оріфлейм є розуміння іміджу бренду Оріфлейм з плином часу в глобальному масштабі. У 2021 році ми отримали відповіді від понад 16000 Партнерів бренду на 49 ринках щодо іміджу бренду Оріфлейм, щоб зрозуміти, як вони сприймають позиціонування нашого бренду. Запитання ставилися за 5-бальною шкалою, від «категорично не згоден» до «категорично згоден». Результати показали, що 89% Партнерів бренду Оріфлейм згодні з твердженням, що Оріфлейм піклується про природу та навколишнє середовище.



Заради кращого, красивішого завтра

Щоб переконати Партнерів бренду та споживачів у тому, що сталий розвиток є невід'ємною частиною комунікації нашого бренду, а також надихнути їх на ініціативи Оріфлейм у сфері сталого розвитку, ми створили відеоролик про основні напрямки діяльності Оріфлейм щодо сталого розвитку.

Амбасадори сталого розвитку

У кожному регіоні діяльності Оріфлейм ми маємо щонайменше одного Амбасадора зі сталого розвитку, мета якого – просувати зміни. Глобальна команда зі сталого розвитку регулярно зустрічається з амбасадорами, щоб поділитися інформацією про сталий розвиток, отримати відгуки про комунікаційні матеріали, обмінятися найкращими практиками між регіонами та надати можливість обговорити їх і поставити запитання.



Регіональні ініціативи зі сталого розвитку

«Оріфлейм Монголія» висаджує дерева

Монголія організувала акцію з висадки дерев у рамках нашого дня громадських робіт, і співробітники «Оріфлейм Монголія» зібралися, щоб висадити 200 дерев – 100 кленів і 100 крабових яблунь у Національному саду-парку Улан-Батора. Ця подія стала частиною національної кампанії, мета якої – висадити 1 мільярд дерев.

Плогінг у Севанському національному парку у Вірменії

Сорок співробітників «Оріфлейм Вірменія» разом з Посольством Швеції в Єревані та громадською організацією ISSD вийшли на плогінг, щоб зібрати сміття в Севанському національному парку.

Спонсорами акції виступили компанія Оріфлейм та Посольство Швеції, які встановили урни для збору пластику та скла в Севанському національному парку та в одній з районних шкіл міста Гавар.

Челендж з прибирання разом з Оріфлейм

Компанія «Оріфлейм Киргизстан» організувала

толоку для співробітників «Оріфлейм Киргизстан» разом з Партнерами бренду. У результаті було зібрано, відсортовано та перероблено близько 150 мішків відходів.

«Оріфлейм Грузія» у співпраці з проектом Keep Georgia Tidy

У 2022 році «Оріфлейм Грузія» розпочала співпрацю з громадською організацією Keep Georgia Tidy, яка фінансується урядом Швеції та реалізує багато цікавих та впливових екологічних ініціатив, серед яких конкурс «Озеленимо шкільне подвір'я». Метою конкурсу було заохотити учнів прибирати та озеленювати подвір'я своїх шкіл. В процесі конкурсу учні спостерігали за етапами посадки та догляду за рослинами, знайомилися з ними, доглядали за ними щодня і допомагали пом'якшити глобальну проблему зміни клімату. Компанія «Оріфлейм Грузія» підтримала проект і надала головні призи для переможців – освітній куточок для кожної школи-переможця, укомплектований меблями та відповідною літературою.



Маловідходний спосіб життя з «Оріфлейм Індонезія»

З метою підтримки та навчання Партнерів бренду в Індонезії щодо переробки пакування від продукції Оріфлейм, компанія Оріфлейм Індонезія ініціювала дві програми зі сталого розвитку: Маловідходний спосіб життя з Оріфлейм та Життя у стилі «менше відходів».

Програма «Маловідходний спосіб життя з Оріфлейм» за хештегом #dropyourempties запрошує Партнерів бренду та споживачів приносити порожні пляшки та тару з-під продукції Оріфлейм до п'яти пунктів збору по всій Індонезії. За два місяці було зібрано 243 кг пластику та 269 кг скла.

Мета акції «Життя у стилі «менше відходів» – полегшити Партнерам бренду, які живуть далеко від Центру обміном досвіду Оріфлейм, участь у захисті навколишнього середовища разом з Оріфлейм. Партнери можуть надсилати свої порожні пляшки безпосередньо на переробні підприємства, які співпрацюють з цією програмою. У програмі взяли участь понад 400 Партнерів бренду, і на стном на зараз було зібрано 5326 порожніх пляшок.

«Лісові ягоди» від Love Nature обрано продуктом року в Португалії

У Португалії лінійка «Лісові ягоди» від Love Nature перемогла в категорії «Стала косметика» в номінації «Продукт 2022 року» завдяки своїй біорозкладній формулі, пілінгу на основі природних частинок, інгредієнтам натурального походження та інноваційній текстурі. Переможець був обраний на основі дослідження, проведеного незалежною дослідницькою компанією, в якому взяли участь понад 2000 споживачів.



Скорочення викидів від доставки замовлень у Румунії

Протягом 2022 року «Оріфлейм Румунія» вдалося зменшити викиди від доставки замовлень, пропонуючи доставку до поштових скриньок як альтернативу доставці додому. За перші дев'ять місяців року кількість клієнтів, які скористалися таким варіантом доставки, зросла з 4 до 14%, і розгортання цього рішення продовжиться у 2023 році.

Ініціативи з переробки відходів в Україні

«Оріфлейм Україна» запустила проект зі сталого розвитку під назвою «Сортуй як слід» (Sort it properly). Проект надає можливості для збору, сортування та переробки пакування продукції. «Оріфлейм Україна» розмістила скриньки для сортування в

26 центрах краси по всій країні, і забезпечує їх доступність для всіх (не тільки для бренд-Партнерів бренду), хто бажає принести порожні косметичні пляшки та інше пакування для збору. Після завершення збору контейнери будуть передані нашому підряднику для переробки.

Готелі для комах у Польщі

У 2022 році наш завод у Польщі організував конкурс під гаслом «Навіть найменші є найважливішими». Працівники заводу побудували фантазійні готелі для комах, використовуючи природні матеріали, такі як шишки, солома, дерево та папір.

Навколо заводу можна побачити мережу готелів для комах, і перші постояльці вже заселилися у свої скромні оселі.

Оріфлейм переробляє відходи в Індії

18 березня 2022 року, у Всесвітній день води, «Оріфлейм Індія» запустила ініціативу з переробки відходів #OriflameRecycles.

Вона розпочалася з інформаційних кампаній та інструкцій щодо переробки відходів разом з Оріфлейм на вебсайті «Оріфлейм Індія». Партнери бренду та споживачі заохочувалися до екологічного способу життя, здаючи порожню пластикову тару в офіси Оріфлейм у Делі, Мумбаї та Калькутті, в результаті чого протягом року було зібрано близько 100 кг пластику. Контейнери для збору було виготовлено з матеріалів нашого заводу, які були перероблені художником з використанням таких відходів, як тканина, дерев'яна стружка, пластикові пляшки та компакт-диски. В Індії загалом було зібрано близько 400 тонн пластику, який було відправлено на переробку та безпечну утилізацію через нашого партнера з управління відходами у 2022 році.



Фонд Оріфлейм

Наша роль як соціально відповідальної компанії, що прагне до сталого розвитку, дозволяє нам створювати багато позитивних змін у нашому ланцюжку створення вартості. Однак ми хочемо вийти за межі нашої безпосередньої мережі.

Саме тому ми співпрацюємо з благодійними організаціями по всьому світу – це наш спосіб створити довгострокову перспективу для людей, з якими ми не пов'язані діловими стосунками, зокрема для дітей та молодих жінок, які є найбільш вразливими в суспільстві.

На ринках Оріфлейм збирають гроші для благодійних організацій, наприклад, шляхом збору коштів під час продажів. Ці ініціативи координуються під егідою нашого незалежного Фонду Оріфлейм. Протягом 2022 року загальна сума коштів, зібраних на благодійність на ринках Оріфлейм, склала 730000 євро. У 2023 році ми переглянемо плани та діяльність Фонду Оріфлейм на майбутнє.

Чому ми створили Фонд Оріфлейм

Компанія Оріфлейм завжди підтримувала благодійність, але кілька років тому ми вирішили, що зможемо досягти більш позитивного впливу в усіх регіонах, об'єднавши всі наші зусилля під однією парасолькою – Фондом Оріфлейм, створеним в якості незалежного благодійного фонду. Фонд дозволяє нам брати на себе довгострокові зобов'язання з

благодійності та партнерства, а також вимірювати кількість, якість і загальний вплив наших інвестицій. Це також зміцнює нашу репутацію як соціально відповідальної компанії та залучає більш талановитих і ціннісно орієнтованих співробітників і Партнерів бренду.

Як працює Фонд

Від самого початку компанія Оріфлейм прагнула підтримувати неурядові та благодійні організації по всьому світу. Серед них – Всесвітній дитячий фонд, заснований Її Величністю Королевою Швеції Сільвією, співзасновниками якого є компанія Оріфлейм та Фонд аф Йокнік. Фонд Оріфлейм також надає гранти проектам, які були обрані або ініційовані місцевими ринками, та/або робить пожертви на проекти, на які збирають кошти Партнери бренду.

Кошти, зібрані від продажів

Раніше ми розробляли і продавали аксесуари та косметику по всьому світу з метою збору коштів. Тепер це робиться локально на деяких ринках, і ринки також пропонують клієнтам можливість зробити додаткову пожертву на користь конкретних благодійних організацій в кінці свого онлайн-замовлення. Ринки також заохочують збирати додаткові кошти за допомогою веселих, креативних та інноваційних заходів, наприклад, через гала-вечори, спонсорські прогулянки та лотереї.

Волонтерство співробітників

Існує багато інших способів, як люди в нашому бізнесі можуть зробити свій внесок у роботу Фонду. Наприклад, ми активно заохочуємо співробітників до участі в місцевих проектах і в заходах зі збору коштів, або ж вони можуть підтримувати місцеві благодійні організації, присвячуючи свій час волонтерству. Усі співробітники Оріфлейм мають можливість отримати один оплачуваний вихідний день для волонтерської діяльності та підтримати благодійну організацію на свій вибір.



ORIFLAME
FOUNDATION
EMPOWERING CHILDREN



Регіональні благодійні ініціативи

Партнери бренду зібрали 37000 євро на підтримку покинутих дітей

Партнери бренду Оріфлейм у Чехії та Словаччині співпрацювали з місцевими благодійними організаціями для підтримки покинутих дітей, які часто ризикують стати безпритульними, мати фінансові борги або бути втягнутими у злочинну діяльність. Загалом Партнери бренду зібрали вражаючу суму у розмірі 37000 євро на підтримку дітей та проведення для них освітніх майстер-класів, а також підвищили обізнаність про цю проблему за допомогою статей та інтерв'ю.

6000 євро зібрано на ремонт центру підтримки молоді в Монголії

У 2022 році «Оріфлейм Монголія» зібрала 6000 євро на ремонт і повне оснащення центру підтримки молоді в провінції Баян-Улгий в рамках більш широких зобов'язань щодо підтримки психічного здоров'я, особистісного розвитку та освіти дітей і молоді.

«Оріфлейм Казахстан» підтримала благодійні проекти на суму 10000 євро

У співпраці з місцевим благодійним фондом «Оріфлейм Казахстан» у 2022 році підтримала три благодійні проекти на суму 10000 євро. Перший проект стосувався дитячого будинку «Таншолпан» у Караганді та передбачав придбання меблів і обладнання для офісу та салону краси в дитячому будинку. Другий проект під назвою

«Ретинопатія» підтримав придбання спеціального офтальмоскопа та навчальних інструментів для дітей зі слабким зором. Третім проектом став конкурс дитячого малюнка. 10 найкращих малюнків були надруковані на сумках і листівках з подякою, які йшли в комплекті з благодійною продукцією з каталогу Оріфлейм.

Медична освіта для дітей з вадами слуху в Узбекистані

До Міжнародного дня благодійності «Оріфлейм Узбекистан» запустила тримісячний проект спільно з місцевим фондом. Лікарі та сурдоперекладачі відвідали 18 шкіл для дітей з вадами слуху в 12 регіонах Узбекистану, щоб запропонувати дітям загальну медичну освіту. Лікарі також провели семінари про здоров'я дівчат. Загалом проект підтримав 550 учнів.

16100 євро зібрано на благодійність в СНД

Щоб відсвяткувати перезапуск лінійки Tender Care, відомої як найкращий продукт Оріфлейм, компанія Оріфлейм в 10 країнах СНД присвятила один з найважливіших комерційних розділів каталогу повністю благодійності. З 387000 проданих одиниць продукції визначену суму було перераховано на благодійні цілі по всьому регіону. За три тижні було зібрано 16100 євро на підтримку місцевої благодійної організації, яка допомагає знедоленим дітям у всьому регіоні СНД.



Благодійність для України

Протягом 2022 року прихильники Оріфлейм по всьому світу об'єднали зусилля і зібрали понад 138000 євро за допомогою різних благодійних акцій на підтримку тих, хто постраждав від геополітичної ситуації в Україні. Фонд Оріфлейм у партнерстві з Save the Children провели акцію зі збору коштів для дітей в Україні, зібравши та передавши загалом 106000 євро. На європейських ринках Оріфлейм багато наших співробітників і Партнерів бренду також підтримали Україну через місцеві проекти та ініціативи. Наші польські Партнери бренду та співробітники відкрили свої домівки та серця, щоб підтримати людей із сусідньої країни. Українським сім'ям було запропоновано житло в Польщі за підтримки Фонду ім. А.Ф. Йокніка та компанії «Оріфлейм Україна». Багато наших співробітників допомогли, організувавши житло для своїх українських колег, які приїхали до Польщі. «Оріфлейм Україна» перерахувала 10% прибутку від продажу продукції протягом трьох тижнів фонду «Допомога пацієнтам» в Україні, а зібрані кошти, 30000 євро, були спрямовані на придбання обладнання для забезпечення безперебійного електро- та водопостачання відділень інтенсивної терапії Національного інституту серцево-судинної хірургії ім. М.М. Амосова.

Португалія – допомога бідному регіону

Представництво Оріфлейм у Португалії у партнерстві з асоціацією мешканців та друзів Палха-Верде, що в Кабо-Верде, відвідало бідний регіон та допомогло людям, які цього потребують. Оріфлейм пожертвувала засоби особистої гігієни з нашого асортименту, а також предмети зі списку найбільш необхідних для цієї громади, включаючи шкільне приладдя, дитячі книги, іграшки, ігри, м'ячі, підгузки, одяг і взуття для дітей.



«Оріфлейм Китай» пожертвувала 111000 євро на підтримку дітей-сиріт

У 2022 році компанія «Оріфлейм Китай» пожертвувала 111000 євро Дитячому фонду Чуньхуї на підтримку програми «Мама Чуньхуї» у Ланьчжоу та Фучжоу CWT. Завдяки цим коштам 181 дитина-сирота отримала допомогу і навчити 48 Мам Чуньхуї – жінок, які працюють доглядальницями за дітьми.

«Оріфлейм Нігерія» – підтримка організації «СОС Дитячі Містечка» в Ізола

«Оріфлейм Нігерія» збрала 6600 євро на навчання дітей. Кошти були отримані від продажу благодійної продукції в каталогах. На додаток до цих коштів, зібраних від продажу, наші Партнери бренду та співробітники разом пожертвували понад



200 продуктів, включаючи гелі для рук, зубну пасту та засоби для догляду за шкірою Loving Care, для організації «СОС Дитячі Містечка» в Ізола, Лагос.

«Оріфлейм Марокко» у партнерстві з «СОС Дитячі Містечка»

«Оріфлейм Марокко» є офіційним партнером організації «СОС Дитячі Містечка» вже більш як 12 років. Щороку ми жертвуємо близько 9100 євро на підтримку дітей, які цього потребують, і наші бренд-партнери також можуть зробити пожертву за допомогою щомісячних платежів на користь організації «СОС Дитячі Містечка» в Марокко. Ми підтримуємо «СОС Дитячі Містечка» за допомогою ініціатив у соціальних мережах, наприклад: 1 лайк = 1 євро для організації «СОС Дитячі Містечка», а також шляхом продажу дитячих товарів

у наших каталогах та пожертвування коштів на користь організації «СОС Дитячі Містечка».

Підтримка програми з розширення прав і можливостей жінок в Індії через освіту

«Оріфлейм Індія» співпрацює з «Діпала» з 2006 року. «Діпала» – це неприбуткова організація, яка є партнером у просуванні освіти для дівчат у неблагополучних сільських районах та нетрях Делі (штат Нью-Делі). У школі «Діпала» в селі Гусбеті, штат Хар'яна, наразі навчається 1400 учнів з 1 по 12 клас. У 2022 році компанія «Оріфлейм Індія» пожертвувала 35000 євро на підтримку будівництва та розширення школи, а також спонсорувала навчання п'ятнадцяти дівчат.

Залучення зацікавлених сторін

Успіх нашого бізнесу створюють люди – від наших співробітників, Партнерів бренду, клієнтів і постачальників до власників, інвесторів і широкої громадськості. Всі ці зацікавлені сторони відчують на собі вплив нашої діяльності та бізнес-рішень, і вони справедливо очікують, що ми – міжнародна компанія – будемо дотримуватися найвищого рівня соціальної та екологічної відповідальності. Ми сповнені рішучості бути лідером, коли справа доходить до задоволення цих очікувань.

З цією метою ми ведемо регулярний діалог і аналізуємо, як наш бізнес впливає на групи зацікавлених сторін, щоб краще розуміти та враховувати їхні очікування та потреби у наших бізнес-рішеннях. Завдяки кращому розумінню соціального, екологічного чи економічного впливу нашого бізнесу ми можемо запобігти потенційним негативним наслідкам, які наш бізнес може спричинити, сприяти або з якими може бути безпосередньо пов'язаним, або, навпаки, посилити наш позитивний вплив і знайти нові можливості для позитивного впливу в майбутньому.

Ми залучаємо наші зацікавлені сторони за допомогою різних методів, включаючи зустрічі з Партнерами бренду, анкетування споживачів та опитування співробітників. Крім того, ми консулюємося з неурядовими організаціями (НУО) та галузевими організаціями для обговорення наших важливих

тем та інших проблем сталого розвитку, а також для отримання зворотного зв'язку, щоб оцінити та перевірити ефективність наших зусиль. Крім того, ми також консулюємося з внутрішніми експертами, переглянути наше розуміння найбільш істотних впливів. Це життєво важлива частина нашої підзвітності та подальшого вдосконалення нашої діяльності, а також управління соціальними, екологічними та економічними впливами.

Організації, перелічені нижче, – це лише деякі з тих, членом яких є компанія Оріфлейм або з якими вона тісно співпрацює:

- Cosmetics Europe
- Всесвітня Федерація Асоціацій Прямих Продажів (WFDSA)
- Seldia, Європейська Асоціація Прямих Продажів
- Круглий стіл з питань сталого виробництва пальмової олії (RSPO)
- Ініціатива з відповідального виробництва слюди (RMI)
- Лісова опікунська рада (FSCTM)
- Глобальний договір ООН
- Тропічний альянс
- CDP
- Ініціатива «Науково обґрунтовані цілі»
- Консорціум EcoBeautyScore
- EcoVadis

	Вступ	Можливість для бренд-партнерів	Повага до природи	Повага до людей	Спілкуйтеся та долучайтесь	Підхід до управління
	Комунікація сталого розвитку	Регіональні ініціативи зі сталого розвитку	Фонд Оріфлейм	Регіональні благодійні ініціативи	Залучення зацікавлених сторін	
Зацікавлені сторони	Розуміння впливу на групи зацікавлених сторін				Потенційні або фактичні негативні чи позитивні впливи, озвучені групами зацікавлених сторін:	
Працівники	- Анонімні інтерв'ю з працівниками - Щоквартальний форум з регіональними амбасадорами сталого розвитку - Поглиблене інтерв'ю з регіональними амбасадорами сталого розвитку - Повідомлення через канал інформування про порушення - Індекс лояльності працівників - Запитання-відповіді до генерального директора - Інсайти, діалог та обмін інформацією через інтранет та внутрішні соціальні мережі Оріфлейм - Погляди внутрішніх експертів - Зовнішні експерти, такі як регіональні профспілки та Міжнародна організація праці				- Добробут тварин - Циклічний термін використання продукції - Вплив на клімат і дії - Культура та цінності - Різноманітність та інклюзивність - Економічна діяльність та створення цінності - Добробут працівників - Розширення можливостей, прийняття рішень та корпоративна культура - Етика та управління - Розширення прав жінок	- Здоров'я та безпека - Права людини - ІТ та цифрові технології - Безпека праці - Люди та робота в команді - Матеріальне та нематеріальне заохочення - Відповідальний маркетинг - Комунікація та прозорість - Стратегія сталого розвитку - Навчання та розвиток
Партнери бренду	- Поглиблене інтерв'ю з регіональними керуючими директорами - Запити до служби підтримки клієнтів - Глобальне дослідження бренду - Індекс лояльності Партнерів брену - Експертиза від регіональних Seldia - Поглиблені інтерв'ю з регіональними представниками - Бізнес-зустрічі, тренінги, конференції та заходи (регулярно)				- Добробут тварин - Благодійність - Циклічний термін використання продукції - Вплив на клімат і дії - Спільнота - Економічна діяльність та створення цінності - Освіта та обізнаність споживачів - Етика та управління - Розширення прав жінок	- ІТ та цифрові технології - Створення робочих місць / працевлаштування - Пакування та відходи - Інгредієнти продукції - Безпека продукції - Відповідальний маркетинг - Комунікація та прозорість - Сталий термін використання продукції - Сталий вибір постачальників - Навчання та розвиток
Інвестори*	- Зустрічі/дзвінки з інвесторами - Конференц-дзвінки для фінансової спільноти стосовно квартальних звітів - Відвідування семінарів для фінансової спільноти - Зустрічі з корпоративних питань, включаючи зустрічі Асоціації прямих продажів (DSA) - Відповіді на поточні запитання інвесторів та запити щодо звітності - Участь та співпраця з рейтинговими ESG компаніями - Зовнішні звіти від Всесвітнього економічного форуму, рейтингових ESG компаній, таких як Moody's Sustainalytics, McKinsey, Fitch Ratings тощо				- Добробут тварин - Протидія корупції - Циклічний термін використання продукції - Вплив на клімат/навколишнє середовище та заходи - Різноманітність та інклюзія - Економічна ефективність та створення цінності для бренд-партнерів - Етика та управління - Географічна присутність - Здоров'я та безпека	- Права людини - ІТ та цифрові технології - Пакування та відходи - Безпека продукції - Відповідальний маркетинг - Комунікація та прозорість - Соціальний вплив у ланцюжку постачання - Сталий вибір постачальників - Навчання та розвиток - Управління водними ресурсами/вплив на них

* У цьому звіті інвесторами називаються власниками облігацій.

	Вступ	Можливість для бренд-партнерів	Повага до природи	Повага до людей	Спілкуйтеся та долучайтесь	Підхід до управління
	Комунікація сталого розвитку	Регіональні ініціативи зі сталого розвитку	Фонд Оріфлейм	Регіональні благодійні ініціативи	Залучення зацікавлених сторін	
Зацікавлені сторони	Розуміння впливу на групи зацікавлених сторін				Потенційні або фактичні негативні чи позитивні впливи, озвучені групами зацікавлених сторін:	
Споживачі	- Регіональні представники споживачів - Поглиблене інтерв'ю з регіональними керуючими директорами - Глобальні соціальні мережі та зворотний зв'язок (коментарі та запитання) з клієнтами - Обслуговування клієнтів Оріфлейм - Дослідження споживачів, переважно орієнтовані на продукцію (регулярно) - Опитування споживачів, іноді із залученням Партнерів бренду Оріфлейм у ролі споживачів - Глобальна аналітична команда - Барометр сталого розвитку Mintel Consulting 2022 - Звіт про тенденції WGSN 2025 - Індекс лояльності Партнерів брену - Опитування клієнтів				- Добробут тварин - Циклічний термін використання продукції - Вплив на клімат і дії - Різноманітність та інклюзивність - Розширення прав жінок - Ліс: Втрата біорізноманіття на землі - Пакування та відходи - Інгредієнти продукції - Безпека продукції - Відповідальний маркетинг - Комунікація та прозорість - Сталий термін використання продукції - Сталий вибір постачальників - Сталий ланцюг постачання - Вода: Втрата біорізноманіття в океанах - Добробут	
Постачальники	- Поглиблені інтерв'ю з внутрішніми зацікавленими сторонами - Аудити сталого розвитку - Самооцінка постачальників EcoVadis - Звіт про недоліки EcoVadis - Зовнішні експерти - Внутрішні опитування та розслідування - Експерти у внутрішній команді закупівель				- Хімічні речовини у виробництві - Циклічний термін використання продукції - Вплив на клімат і дії - Економічна діяльність та створення цінності - Екологічний вплив - Етика та управління - Здоров'я та безпека - Права людини та трудові права - Пакування та відходи - Соціальний вплив у ланцюжку поставок - Сталий вибір постачальників - Сталий ланцюг постачання	
Суспільство	- Поглиблені інтерв'ю з регіональними представниками - Регіональні опитування - Внутрішні експерти - Глобальні аналітичні звіти - Участь у галузевих ініціативах та органах стандартизації - Залучення громадськості, включаючи ініціативи Фонду Оріфлейм - Участь у конференціях та заходах				- Протидія корупції - Добробут тварин - Благодійність - Циклічний термін використання продукції - Вплив на клімат і дії - Спільнота - Комунікація та прозорість - Економічна діяльність та створення цінності - Етика та управління - Розширення прав жінок - Права людини - Пакування та відходи - Ресурси та сировина - Відповідальний маркетинг - Соціальний вплив у ланцюжку поставок - Сталий вибір постачальників - Управління водними ресурсами	



Управлінський підхід

У цьому розділі звіту ми зібрали інформацію про деякі засади належної роботи зі сталого розвитку та звітності. Вони стосуються інформації про нашу організацію та наш підхід до суттєвості та ризиків у сфері сталого розвитку.



Організація заради вдосконалення

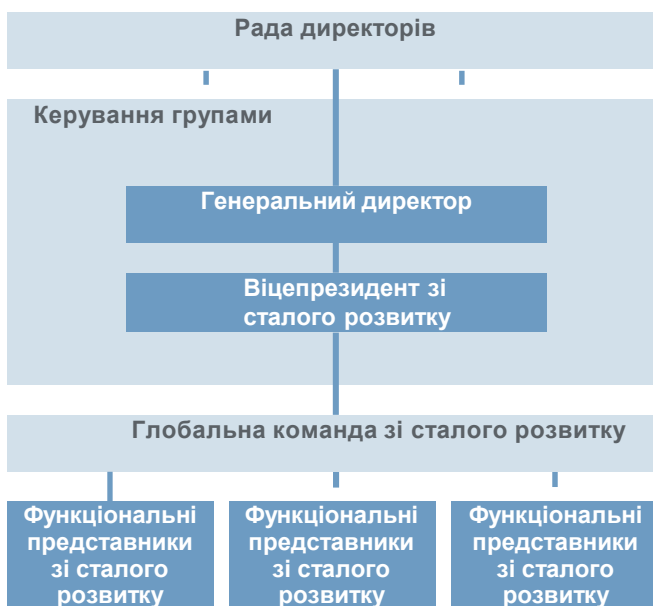
Щоб наша стратегія сталого розвитку була успішною, ми повинні приділяти їй таку ж увагу, повагу та рівень організації, як і іншим бізнес-стратегіям. Саме тому наш генеральний директор і Рада директорів контролюють нашу стратегію сталого розвитку та наш вплив на економіку, навколишнє середовище і людей.

Віцепрезидент зі сталого розвитку керує глобальною командою зі сталого розвитку, яка відповідає за визначення наших суттєвих тем, розробку глобальних цілей, підтримку організації шляхом визначення ключових обов'язків, допомогу у встановленні цілей і завдань, а також моніторинг і зовнішню звітність. Віцепрезидент зі сталого розвитку входить до складу керівництва Групи, і питання сталого розвитку включені до порядку денного кількох основних зустрічей керівництва Групи протягом року з метою інформування та обговорення відповідних суттєвих питань.

Однак, зважаючи на спільний характер нашого бізнесу та підприємливість наших співробітників, ми побудували нашу стратегію сталого розвитку таким чином, щоб відповідальність за виконання зобов'язань була розподілена по всьому ланцюжку створення вартості нашого бізнесу. Ми зробили кілька кроків, щоб переконатися, що відповідальність за сталий розвиток відчувається і виконується:

- Ми інтегрували цілі сталого розвитку в показники діяльності керівництва Групи, а звітні вони переходять до цілей операційної команди та команди з розробки продуктів.
- Регулярне проведення тренінгів у конкретних сферах сталого розвитку для тих, хто цього потребує, наприклад, для Ради директорів або певних відділів.
- У нас є глобальний форум для Амбасадорів сталого розвитку, де вони можуть брати участь і дізнаватися про стратегію та теми сталого розвитку.
- Ми інформуємо наших співробітників про теми сталого розвитку за допомогою зустрічей, конференцій, тренінгів та інтранету.
- Щоквартально наша Рада директорів отримує інформацію з питань сталого розвитку через проміжні звіти. У щорічному стратегічному огляді Рада директорів розглядає та затверджує стратегію сталого розвитку. Віцепрезидент зі сталого розвитку зустрічається з керівництвом Групи та Радою директорів, щоб представити відповідні теми та проаналізувати їхні обов'язки, стратегію та результати діяльності.

У 2022 році на розгляд Аудиторського комітету та Ради були представлені ризики сталого розвитку, пов'язані з кліматом, правами людини, законодавством та корупцією. Ми працюємо над тим, щоб залучати наших співробітників та Партнерів бренду до питань сталого розвитку, наприклад, через кампанії з активації брендів.





Суттєвість

Оскільки ми є міжнародною компанією, ми впливаємо на світ навколо нас. Ми прагнемо збільшити наш позитивний вплив на життя людей, зменшуючи при цьому негативний вплив на навколишнє середовище. Тому для нас життєво важливо розуміти та ідентифікувати наші фактичні та потенційні матеріальні впливи, як позитивні, так і негативні.

У 2022 році ми провели оцінку суттєвості відповідно до оновлених стандартів GRI 2021 року. У цьому оцінюванні ми по-новому поглянули на суттєві теми, визначивши їх як теми, що відображають наш найсуттєвіший вплив на економіку, навколишнє середовище та людей, включно з впливом на їхні права людини. Вплив може бути фактичним або потенційним і вказувати на негативний або позитивний внесок нашої організації у сталий розвиток.

Розуміння нашого впливу

Ця оцінка суттєвості доповнює нашу первинну оцінку, яка була проведена у 2014 році та оновлена у 2018 році.

Ми використали наявні знання та дослідження, щоб визначити наших зацікавлених осіб та експертів, нашу діяльність та ділові відносини, а також наш контекст сталого розвитку, щоб сформувати глибоке розуміння контексту, в якому існує наша організація, і де може відбуватися вплив.

Це дозволило нам визначити наші фактичні та потенційні впливи шляхом взаємодії із зацікавленими сторонами та відповідними внутрішніми та зовнішніми експертами, а також аналізу великої кількості галузевих звітів, індексів географічних ризиків, досліджень неурядових організацій та інших відповідних інституцій.

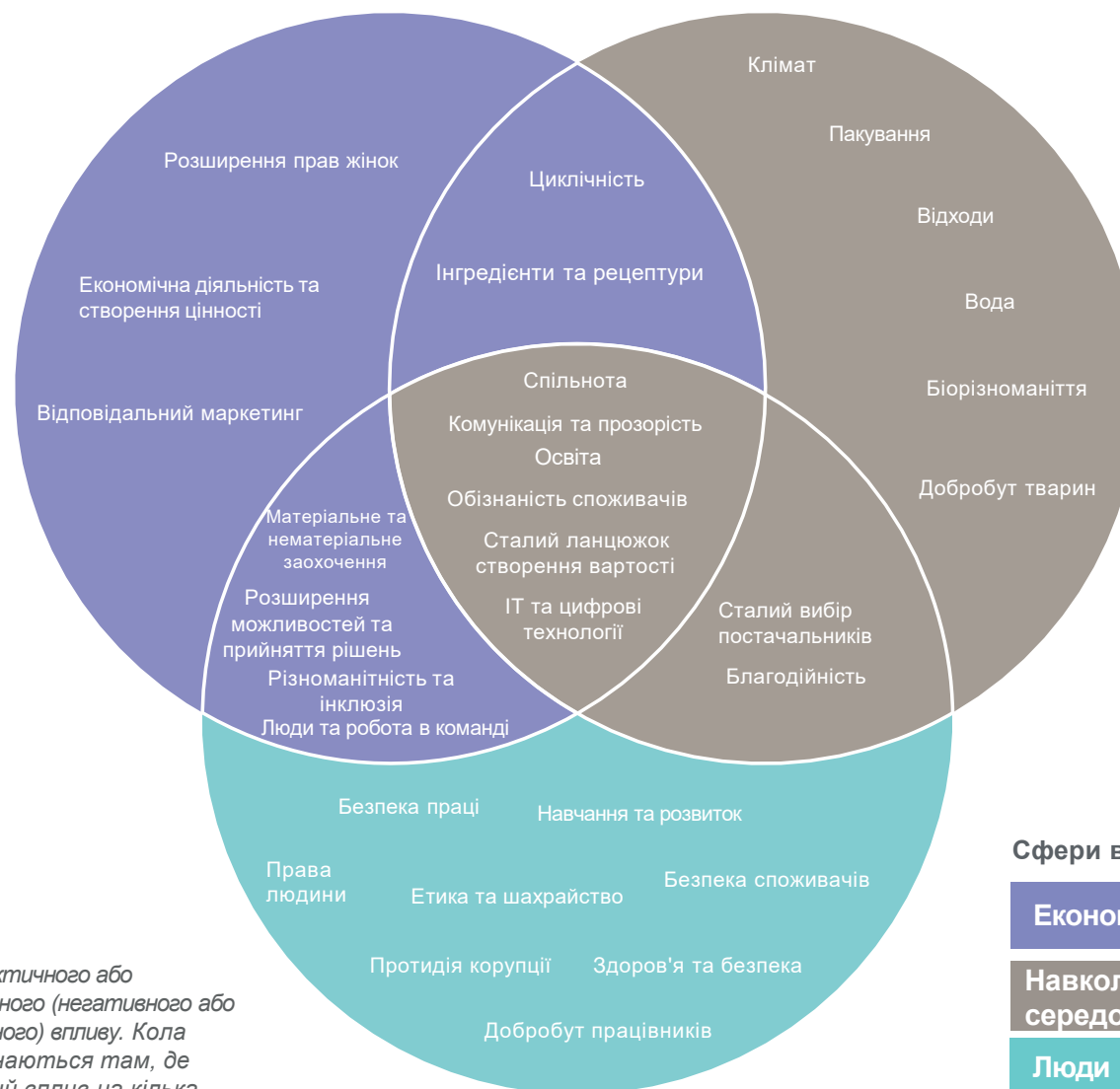
Склавши перелік можливих впливів, ми оцінили їхню значущість, визначивши масштаб і сферу їхньої дії, ступінь серйозності порівняно з іншими впливами та їхню поширеність, кількість зацікавлених сторін, на які вони впливають або можуть вплинути, а також можливості для виправлення наслідків. Після цього ми оцінили ймовірність впливів і додали ваги тим впливам, які потенційно можуть мати негативну дію на права людини, навіть якщо ймовірність такого впливу є низькою.

Важливість наших позитивних впливів оцінюється на основі того, наскільки корисними є ці впливи, а також скільки людей, ймовірно, отримують від них користь. Нарешті, додаткову вагу мають ті впливи, на яких наголошують наші експерти. Завдяки кількісній градації наших впливів ми змогли визначити їхню пріоритетність на основі розрахованого балу. Розподіливши наші впливи за темами, ми визначили остаточний рейтинг, який відповідав якісним даним, зібраним під час взаємодії із зацікавленими сторонами та експертами.

Після переосмислення наших поглядів на суттєві теми, наші нові знання стануть основою для переоцінки нашої стратегії сталого розвитку та звітності за нашими суттєвими темами. Цей процес також дозволить нам скласти дорожню карту для дотримання майбутніх вимог до звітності, зокрема, Європейської консультативної групи з фінансової звітності (EFRAG). На завершення, незважаючи на переглянуту поглиблену оцінку суттєвості, наша стратегія сталого розвитку та пов'язаний з нею фокус звітності залишилися незмінними у 2022 році.

Теми фактичного або потенційного (негативного або позитивного) впливу. Кола перетинаються там, де можливий вплив на кілька сфер.

Фактичні та потенційні суттєві впливи Оріфлейм





Ризики сталого розвитку

Оріфлейм визначила та проаналізувала ризики, які потенційно можуть суттєво вплинути на діяльність Групи, включаючи ризики, пов'язані зі сталим розвитком, навколишнім середовищем та правами людини. Перелік визначених ризиків та стратегія їх мінімізації представлені у Річному звіті за 2022 рік. Паралельно компанія Оріфлейм оцінила ризики, які вона створює для навколишнього середовища та людської спільноти.

Ця оцінка вперше була проведена командами зі сталого розвитку та ризиків Оріфлейм у 2014 році. Початкова оцінка, її оновлення та пом'якшення ризиків здійснювалися під наглядом віцепрезидента зі сталого розвитку, який входить до складу керівництва Групи. Ризики, виявлені в результаті цієї оцінки, представлені далі.



Зона ризику	Опис	Пом'якшення наслідків
Вода – вплив об'єктів Оріфлейм на водні ресурси	Оріфлейм може впливати на якість води, що скидається під час виробничого процесу.	- На всіх наших виробничих майданчиках є очисні споруди. - На всіх підприємствах впроваджено заходи з повторного використання/збереження води, а також поставлені цілі з ефективності використання води до 2030 року.
Вода – вплив продукції Оріфлейм на водні ресурси	Для виробництва деяких продуктів Оріфлейм потрібна вода, і вони містять інгредієнти або побічні продукти, які можуть бути шкідливими для довкілля.	- Усі нові засоби для догляду за шкірою та особистої гігієни, що потребують змивання, розроблені відповідно до принципів біологічного розкладання. - Оріфлейм використовує лише ексfoliанти натурального походження (без пластикових мікрлгранул та пластикових блискіток).
Ліс – вплив продукції Оріфлейм на лісові ресурси	Оріфлейм використовує велику кількість сировини, виготовленої з лісових матеріалів, наприклад, папір для каталогів, паперове та картонне пакування, похідні пальмової та пальмоядрової олії, які можуть сприяти знищенню лісів.	- Паперова продукція: ми прагнемо, щоб до 2025 року вся наша паперова продукція (каталоги та паперове й картонне пакування) виготовлялася з надійних сертифікованих джерел або з вторинних матеріалів. - Пальмова олія: ми є членом RSPO і прагнемо до 2025 року використовувати 100% пальмову олію, сертифіковану за стандартом Mass Balance, як сировину для власного виробництва, включаючи похідні, а також для виробництва мила за субпідрядом. - У 2022 році ми розширили наші зобов'язання не лише на папір і пальмову олію, а й на іншу сировину, таку як кокос, рис і соя, які можуть спричинити ризик вирубки лісів і зміни екосистем. Ми зобов'язуємося протидіяти вирубці лісів, перетворенню інших природних екосистем, розчищенню земель, а також поважати права та засоби до існування місцевих громад і корінних народів.
Клімат – прямий і непрямий вплив на клімат	Наша діяльність спричиняє викиди парникових газів (ПГ) як безпосередньо під час наших операцій (Напрямок 1 і 2), так і опосередковано в нашому ланцюжку створення вартості (Напрямок 3), що сприяє зміні клімату.	- Щоб скоротити наші викиди парникових газів відповідно до цілей Паризької кліматичної угоди, ми встановили цілі на 2030 рік, які були схвалені ініціативою «Науково обґрунтовані цілі» (Science Based Targets). - З 2010 по 2020 рік ми скоротили наші абсолютні викиди парникових газів (Напрямок 1, Напрямок 2 і частково Напрямок 3) на 76% завдяки впровадженню загальнокорпоративної програми скорочення викидів. - З 2019 року ми щорічно компенсуємо викиди парникових газів, які не можемо скоротити (Напрямок 1, Напрямок 2 та частина Направку 3). - З 2018 року ми закуповуємо електроенергію з відновлюваних джерел для всіх об'єктів, якими керує Оріфлейм (офіси, виробничі майданчики та склади), які можна відстежити.



Зона ризику	Опис	Пом'якшення наслідків
Протидія корупції й хабарництву	Оріфлейм працює в країнах, де ризик корупції є високим.	- Оріфлейм дотримується політики нульової толерантності до активної чи пасивної корупції. Група має Кодекс поведінки співробітників, політики та системи контролю, Кодекс поведінки постачальників, а також механізм повідомлення про порушення їх дотримання співробітниками. У 2022 році не було підтверджених випадків корупції. - Наше керівництво щорічно дає зобов'язання щодо дотримання Кодексу поведінки Оріфлейм, підтверджуючи дотримання Кодексу поведінки за минулий рік і зобов'язуючись дотримуватися його на наступний рік.
Безпека та гігієна праці	Співробітники Оріфлейм наражаються на ризики для здоров'я та безпеки на робочому місці, зокрема на виробництві, на складах та в лабораторіях.	- Впроваджено систему управління охороною здоров'я та безпекою праці: - Тренінги для співробітників - Аудити - Повідомлення про нещасні випадки та їх розслідування - Спеціальні ініціативи зі зниження ризиків
Права людини у працівників	У компанії Оріфлейм працює близько 4700 співробітників по всьому світу; компанія повинна гарантувати дотримання прав людини своїх працівників за будь-яких обставин.	- Оріфлейм дотримується політики нульової толерантності до будь-яких форм домагань і будь-якої форми дискримінації. У Групі діє Кодекс поведінки співробітників, політики та системи контролю, а також механізм повідомлення про порушення співробітниками їх дотримання. - Ми зобов'язуємося поважати права людини в усіх аспектах нашої діяльності, і це узагальнено в нашому внутрішньому Зобов'язанні щодо дотримання прав людини, затвердженому Радою директорів і включеному в наші політики на рівні Групи. - При виході на новий ринок ми проводимо оцінку впливу на права людини.



Зона ризику	Опис	Пом'якшення наслідків
Права людини у постачальників	Порушення законодавства або Кодексу поведінки постачальників Оріфлейм, пов'язані з правами людини, з боку постачальників Оріфлейм.	- У нас є Кодекс поведінки постачальника, в якому викладено наші вимоги щодо умов праці, охорони здоров'я та безпеки, дискримінації та прав людини, тощо. Кодекс застосовується насамперед до всіх наших постачальників першого рівня, хоча ми сподіваємось, що наші постачальники впроваджуватимуть Кодекс поведінки постачальників Оріфлейм у своєму власному ланцюжку створення вартості. Кодекс поведінки постачальників був переглянутий у 2022 році. - Прямі постачальники запрошуються до EcoVadis для оцінки показників сталого розвитку, включно з правами людини. - Аудити сталого розвитку проводяться для підтвердження дотримання Кодексу поведінки постачальників Оріфлейм і мінімальних вимог сталого розвитку. - Ми припиняємо існуючі ділові відносини з постачальниками в разі систематичних порушень прав людини або систематичних випадків корупції.
Безпека споживачів	Оріфлейм розповсюджує косметичну та Wellness-продукцію, а отже, її кінцеві споживачі можуть наражатися на ризики для здоров'я та безпеки, пов'язані з її використанням.	- Оріфлейм проводить ретельну оцінку всієї сировини. - Ми ретельно вимірюємо безпечні рівні концентрації. Наша команда експертів-токсикологів гарантує, що інгредієнти є безпечними для кожного цільового використання та цільової групи споживачів. - Ми тестуємо нашу кінцеву косметичну рецептуру на сумісність зі шкірою на здорових добровольцях у незалежних лабораторіях, а також використовуємо тести «in vitro» (без участі тварин), щоб додатково підтвердити безпеку наших продуктів. - Усі наші харчові продукти проходять повне тестування в незалежних лабораторіях, а потім повністю перевіряються нашими внутрішніми експертами, гарантуючи, що вони дійсно безпечні для споживання. - Після випуску на ринок ми активно збираємо відгуки від споживачів та дані про будь-які небажані ефекти, щоб ще більше підвищити безпеку наших продуктів.



Кліматичні сценарії

У 2022 році компанія Оріфлейм почала впроваджувати рекомендації Цільової групи з розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом (TCFD), для оцінки майбутніх ризиків і можливостей, пов'язаних зі зміною клімату, з метою надання зацікавленим сторонам відповідної інформації, а також для прогнозування майбутніх впливів кліматичних змін на нашу операційну діяльність.

Щоб зрозуміти, як майбутні зміни клімату можуть вплинути на нашу діяльність, у 2022 році ми провели якісний аналіз і окреслили три можливі кліматичні сценарії. Ці сценарії спрямовані на прогнозування того, як різні зусилля щодо пом'якшення наслідків зміни клімату, такі як політичні, регуляторні, ринкові та технологічні зусилля, а також зусилля суспільства щодо адаптації до наслідків зміни клімату, можуть вплинути на нашу майбутню діяльність.

Три сценарії, які ми визначили, базуються на загальнодоступних сценаріях Міжурядової групи експертів ООН зі зміни клімату (IPCC)

і передбачають три різні можливі шляхи соціального та фізичного розвитку. Ці шляхи розраховані на період до 2100 року і ґрунтуються на наступному:

- Найкращий сценарій: SSP1*-2,6**, узгоджений з Паризькою кліматичною угодою та ініціативою «Науково обґрунтовані цілі»
- Проміжний сценарій: SSP2*-4,5**
- Сценарій звичайного розвитку, SSP3*-7,0**

Нижче наведено сценарії, а також визначені перехідні та фізичні (прямі) ризики:

Найкращий сценарій

У цьому сценарії світ діє вчасно, щоб пом'якшити наслідки зміни клімату відповідно до Паризької кліматичної угоди, тобто потепління на рівні нижче 2 градусів. Цей сценарій насамперед характеризується переходом, що відбувається під впливом жорсткої політики та регулювання, спрямованих на значне скорочення викидів з метою пом'якшення наслідків зміни клімату.

* SSP = Спільний соціально-економічний шлях – сценарії, розроблені Міжурядовою групою експертів ООН зі зміни клімату (IPCC).

** Описується репрезентативна траєкторія концентрацій (RCP) щодо радіаційного впливу, вираженого у Вт/кв.м. За високих рівнів парникових газів (наприклад, 7,0) спостерігаються високі рівні радіаційного впливу.

Це може негативно вплинути на ціну та доступність сировини Оріфлейм. Це також може призвести до обмежень, які можуть вплинути на логістику в наших глобальних ланцюгах постачань і на нашу безпосередню діяльність. Пом'якшуючи наш негативний вплив на зміну клімату, ми зміцнюємо нашу стійкість до ризиків, пов'язаних з цим сценарієм, як описано в розділі «Ризики сталого розвитку».

Проміжний сценарій

У проміжному сценарії світ діє недостатньо швидко, щоб достатньо пом'якшити наслідки зміни клімату, і, як результат, політика та регулювання викидів будуть впроваджені пізніше, ніж у найкращому сценарії. У цьому сценарії зміна клімату прогресує і призводить до гострих і хронічних прямих наслідків, таких як сильні зливи, триваліші періоди посухи або прибережні повені. Це, ймовірно, матиме суттєвий негативний вплив на джерела постачання інгредієнтів Оріфлейм, і особливо на інгредієнти, виготовлені з лісових матеріалів. Залучаючи сертифіковані інгредієнти, замінюючи паперові каталоги цифровими інструментами, а також беручи на себе зобов'язання щодо захисту лісів, ми зміцнюємо нашу стійкість і водночас зменшуємо наш вплив на навколишнє середовище, як описано в розділі «Ліс» глави «Повага до природи».

Сценарій звичайного розвитку подій

Сценарій звичайного розвитку подій – це базовий сценарій щодо викидів за відсутності політики, за якого впроваджуються мінімальні заходи зі зменшення викидів, а рівні парникових газів майже подвоюються до кінця сторіччя. Цей сценарій представляє майбутнє з високими викликами як для пом'якшення наслідків зміни клімату, так і для адаптації до них. У цьому сценарії наслідки зміни клімату спричиняють масову міграцію, відродження націоналізму, занепокоєння щодо конкурентоспроможності

та безпеки, а також регіональні конфлікти. Як наслідок, країни все більше зосереджуються на внутрішніх або, в кращому випадку, регіональних проблемах.

У цьому сценарії як гострі, так і хронічні прямі ризики, пов'язані з постачанням енергії та інгредієнтів, посилюються впливом зміни клімату на водопостачання, підвищенням температури та екстремальними погодними явищами. Ризики перехідного періоду на ринках і в ланцюгах постачання, ймовірно, посиляться і призведуть до зростання витрат через посилення громадянських заворушень, дефіцит ресурсів і зростання націоналізму та протекціонізму. Враховуючи широку глобальну присутність як в операціях, так і на ринках, громадянські заворушення можуть порушити нашу діяльність або ланцюги постачання.

Перехідні ризики

Визнаючи, що законодавча база на ринках, де ми працюємо, швидко змінюється, ми адаптували нашу стратегію сталого розвитку для подальшого зменшення впливу в цих сферах, а отже, і ризиків. Ми вже значно зменшили наш вплив на довкілля та викиди парникових газів, щоб підвищити нашу стійкість у разі потенційних законодавчих чи регуляторних обмежень. Ми продовжуватимемо стежити за глобальними екологічними змінами та інтегрувати стратегію сталого розвитку в стратегії виробництва продукції та пакування, а також продовжуватимемо розробляти звітність зі сталого розвитку, щоб відображати зміни в законодавстві та вимоги зацікавлених сторін. Незважаючи на наші зусилля, спрямовані на зменшення перехідних ризиків, завжди існує певний ризик того, що вони можуть вплинути на нашу діяльність. Це стосується насамперед регуляторних ризиків та ризиків, пов'язаних із ринковою трансформацією. Підвищення податків та інших нормативів у сфері енергетики та викидів призведе до збільшення витрат і вплине на прибутковість компанії.





Фізичні ризики

Найбільш ймовірними фізичними ризиками є зниження рівня ґрунтових вод, триваліші періоди посухи, сильні опади та прибережні повені. Вони можуть негативно вплинути на ціну та доступність нашої сировини.

Ми визнаємо, що наш внесок у зміну клімату є ризиком для нашого бізнесу, і ми постійно зменшуємо наш внесок, скорочуючи викиди від нашої діяльності. У 2021 році компанія Оріфлейм взяла на себе зобов'язання досягти науково обґрунтованих кліматичних цілей на 2030 рік для нашої діяльності та ланцюжка створення вартості з метою подальшого скорочення викидів. Завдяки нашим зусиллям ми поступово зменшуємо ризик впливу потенційних законодавчих та регуляторних обмежень, одночасно зменшуючи наш вплив на навколишнє середовище. З метою управління доступністю та цінами на сировину у довготривалій перспективі, Оріфлейм відстежує інгредієнти, на постачання яких може вплинути зміна клімату, а також веде постійний пошук альтернативних інгредієнтів. У 2022 році ми зробили наступні кроки до подальшого зміцнення нашої стійкості, прийнявши зобов'язання щодо захисту лісів, як описано в розділі «Ліс» глави «Повага до природи».

Наступний наш крок – розширення нашого аналізу за допомогою кількісної оцінки фінансових ризиків, пов'язаних з наслідками зміни клімату за кожним сценарієм. Завдяки такій оцінці ми краще зрозуміємо майбутні наслідки зміни клімату для нашої компанії та зможемо відповідно скоригувати нашу стратегію сталого розвитку та цілі.

