



2022 г. ДОКЛАД ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

ORIFLAME
— S W E D E N —



НАШАТА ФОРМУЛА

Бизнес успехът на Орифлейм се основава на една проста формула: комбинираме желанието на хората да подобрят живота си с правилната възможност, създавайки положителна промяна.

Горди сме да предложим възможност на хората по целия свят да направят тази промяна. Ако споделяте нашата страст към красота и уелнес, можем заедно да допринесем повече за света. За повечето хора това означава спестяване на пари, докато се наслаждават на нашите продукти. За други това означава, че използвайки нашия модел за социални продажби, печелят доходи и изграждат бизнес.

Орифлейм има доказан бизнес модел, перфектен за съвременния дигитален свят. Той е гъвкав, цифров и се подхранва от милиони доказани партньорства и препоръки. Ние оказваме положително въздействие върху хора и общности по света. Стойността на местното предприемачество в нашето глобално общество е добре призната, от работните места, които създава, до уменията, които подхранва.

Повече от 50 години Орифлейм е изборът на около два милиона души. Гледайки напред, ние се ангажираме да продължим да надграждаме върху тази проста формула - да даваме правилната възможност на хората и да създаваме положителна промяна.

Съдържание

Въведение 4–14

Акценти в устойчивостта.....	4
Акценти на продукта.....	5
Изявление на Главния Изпълнителен Директор.....	8
Това е Орифлейм.....	10
Географски отпечатък.....	11
Стратегия за устойчивост.....	13

Възможност за Бранд партньори 15–23

Допълнителен доход.....	16
Растеж и развитие.....	18
Чувство за принадлежност.....	20
Цели и ангажименти.....	22

Уважение към природата 24–62

Вода.....	25
Гора.....	29

Климат.....	34
Опаковки.....	43
Формулировки.....	49
Цели и ангажименти.....	56

Страст към хората 63–81

Опит на служителите.....	64
Човешки права.....	70
Безопасност на потребителите	74
Социално отговорни продукти.....	76
Цели и ангажименти.....	79

Общуване и ангажиране 82–91

Устойчивост в общуването	83
Регионални инициативи за устойчивост.....	84
Фондация Орифлейм.....	86

Регионални благотворителни инициативи.....	87
Ангажираност на заинтересованите страни...	89

Управленски подход 92–102

Организация за подобрене.....	93
Същественост.....	94
Устойчивост при рискове.....	96

Приложение 103–147

SDG индекс.....	104
Обобщение на ефективността.....	107
SASB индекс.....	128
TCFD индекс.....	129
GRI индекс.....	130
Относно този доклад.....	147



Акценти в устойчивостта

Преработихме нашата
емблематична
Нежна грижа

99.9%

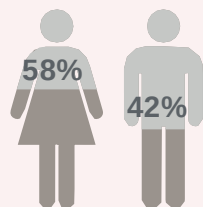
Естествен произход



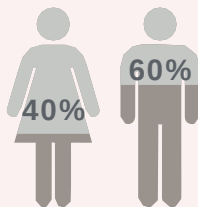
97%

големи количества продукти на
хартиена основа идват от
сертифицирани устойчиви източници*
или от рециклирани суровини

Баланс между половете



Орифлейм в
световен мащаб



Управление

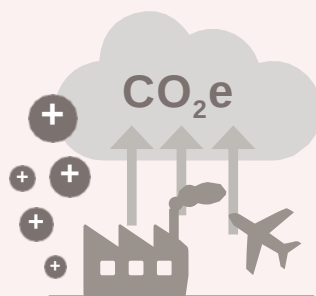
За втора поредна година,
признат за
Климатичен лидер
в Европа от Financial Times и Statista



Feminelle пълнителят съдържа

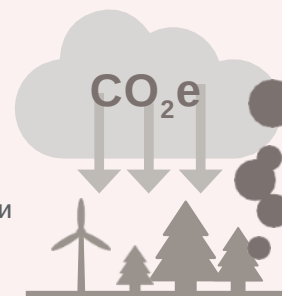
73% по-малко пластмаса

в сравнение със закупуването на нова бутилка



100%

възобновяема
електроенергия във
всички обекти,
управлявани от
Орифлейм от 2018 г. и
**климатично
неутрални
операции**** от 2019 г.



€244
милиона



- разпределени на бренд
партньори под формата на бонуси
и други форми на признание **ВНАД**
60 държави

CDP Forest влезе
в лидерско ниво
за прилагане на
най-добрите
практики с
палмово масло



Ангажимент
към горите

за справяне с допълнителни
съставки, освен хартия и палмово
масло, които могат да допринесат за
обезлесяването и преобразуването
на екосистемите



*Източникът е дефиниран като фабрика за хартия

**Непрекъснато работим за намаляване на нашите емисии. За тези емисии, които не можахме да намалим през 2022 г., компенсирахме с климатичните емисии на парникови газове в обхват 1, обхват 2 и части от обхват 3.



2022 г. продуктови иновации

Непрекъснато работим към подобряване на показателите за устойчивост на нашите продукти. През 2022 г. лансирахме и стартирахме отново гами с подобрена устойчивост.

Waunt

Едно от основните ни лансирания през 2022 г. беше Waunt. Нова всеобхватна гама за грижа за кожата, която съчетава най-доброто от грима с допълнителните предимства на грижата за кожата. Гамата включва трансформиращи текстури, които подобряват кожата към естественото и излъчване. Гамата е създадена без парабени, минерални масла и натриев лаурет сулфат (SLES) и е формулирана с отговорно произведени и одобрени от вегани съставки, което я прави първата ни цялостна гама за грижа за кожата, сертифицирана от The Vegan SocietyTM. Освен това сме включили рециклирано стъкло или пластмаса в повечето опаковки на продуктите на Waunt.

THE ONE Четки за грим

През 2022 г. стартирахме THE ONE високоефективни четки за грим, направени с най-висококачествените косъмчета. Разработихме пълна серия четки за грим, които са създадени да поддържат гамата на THE ONE. Четките за грим THE ONE са специално проектирани, за да имат по-малко въздействие върху околната среда. Те са сертифицирани от FSCTM и The Vegan SocietyTM, също така имат екологични дървени дръжки. Четките са в опаковка, изработена от 100% рециклирана пластмаса.

Feminelle Пълнител

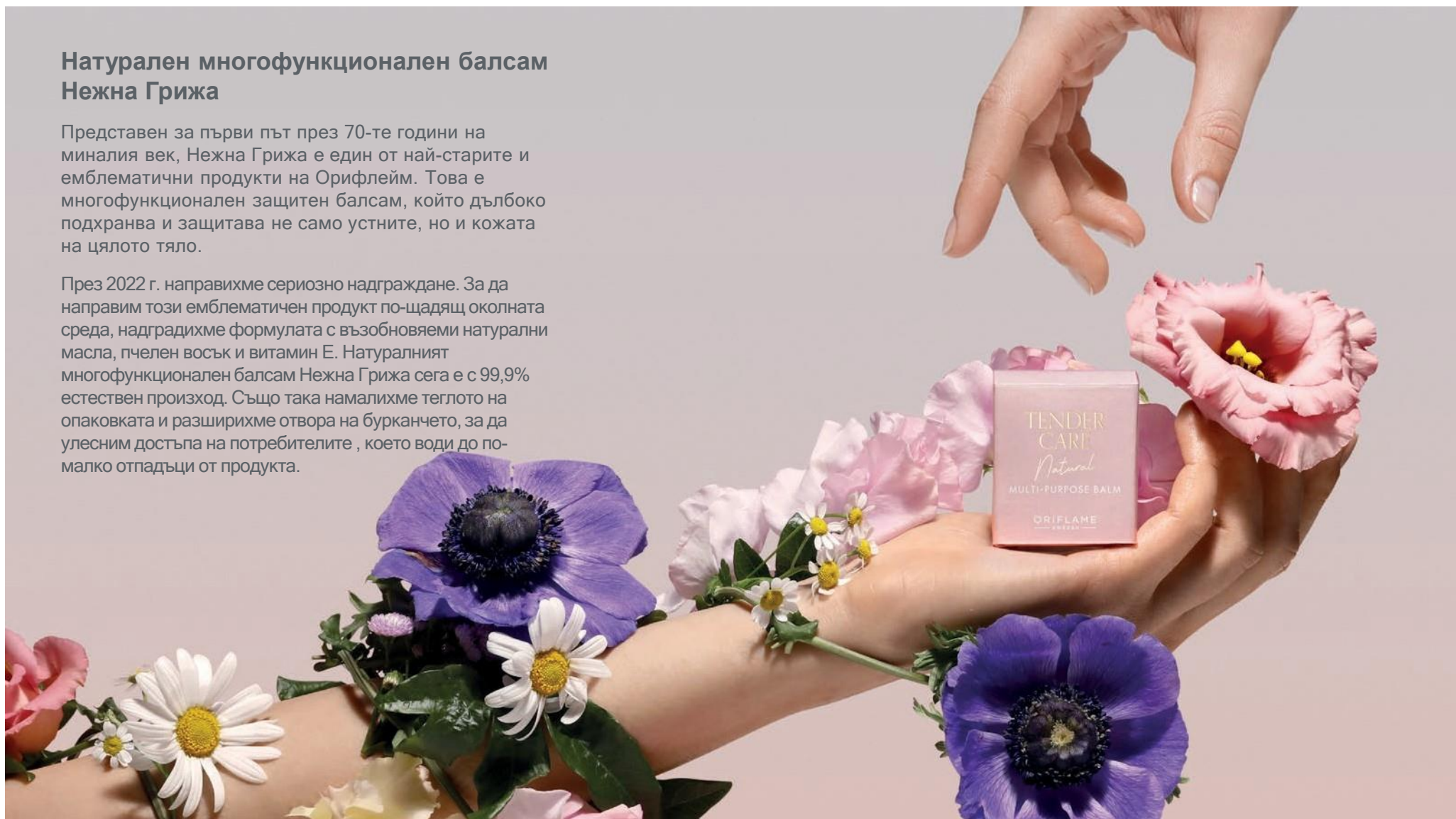
През 2022 г. пуснахме пълнители за гамата Feminelle, което означава, че се използва 73% по-малко пластмаса в сравнение със закупуването на нова бутилка.

Feminelle е разработен, за да помогне на жените да поддържат балансирани нива на pH, с освежаващи, защитни и успокояващи свойства. Както при всички наши продукти за изплакване на тялото, Feminelle е формулиран да бъде биоразградим.

Натурален многофункционален балсам Нежна Грижа

Представен за първи път през 70-те години на миналия век, Нежна Грижа е един от най-старите и емблематични продукти на Орифлейм. Това е многофункционален защитен балсам, който дълбоко подхранва и защитава не само устните, но и кожата на цялото тяло.

През 2022 г. направихме сериозно надграждане. За да направим този емблематичен продукт по-щадящ околната среда, надградихме формулата с възобновяеми натурални масла, пчелен восък и витамин Е. Натуралният многофункционален балсам Нежна Грижа сега е с 99,9% естествен произход. Също така намалихме теглото на опаковката и разширихме отвора на бурканчето, за да улесним достъпа на потребителите, което води до по-малко отпадъци от продукта.



Love Nature

Една от най-големите марки на Орифлейм - гамата продукти за грижа за кожата, тялото и косата Love Nature винаги е била с «вкусни» аромати и нежни текстури на естествените съставки.

През 2022 г. представихме актуализирана гама Love Nature с по-силен профил на устойчивост. Всички продукти от гамата са формулирани без парабени и съдържат сертифицирани органични екстракти – а продуктите за грижа за косата не съдържат силикон. Всички балсами, кремове за тяло, лосиони за тяло и сапуни съдържат минимум 95% съставки с естествен произход, а маските за лице съдържат преработена съставка.

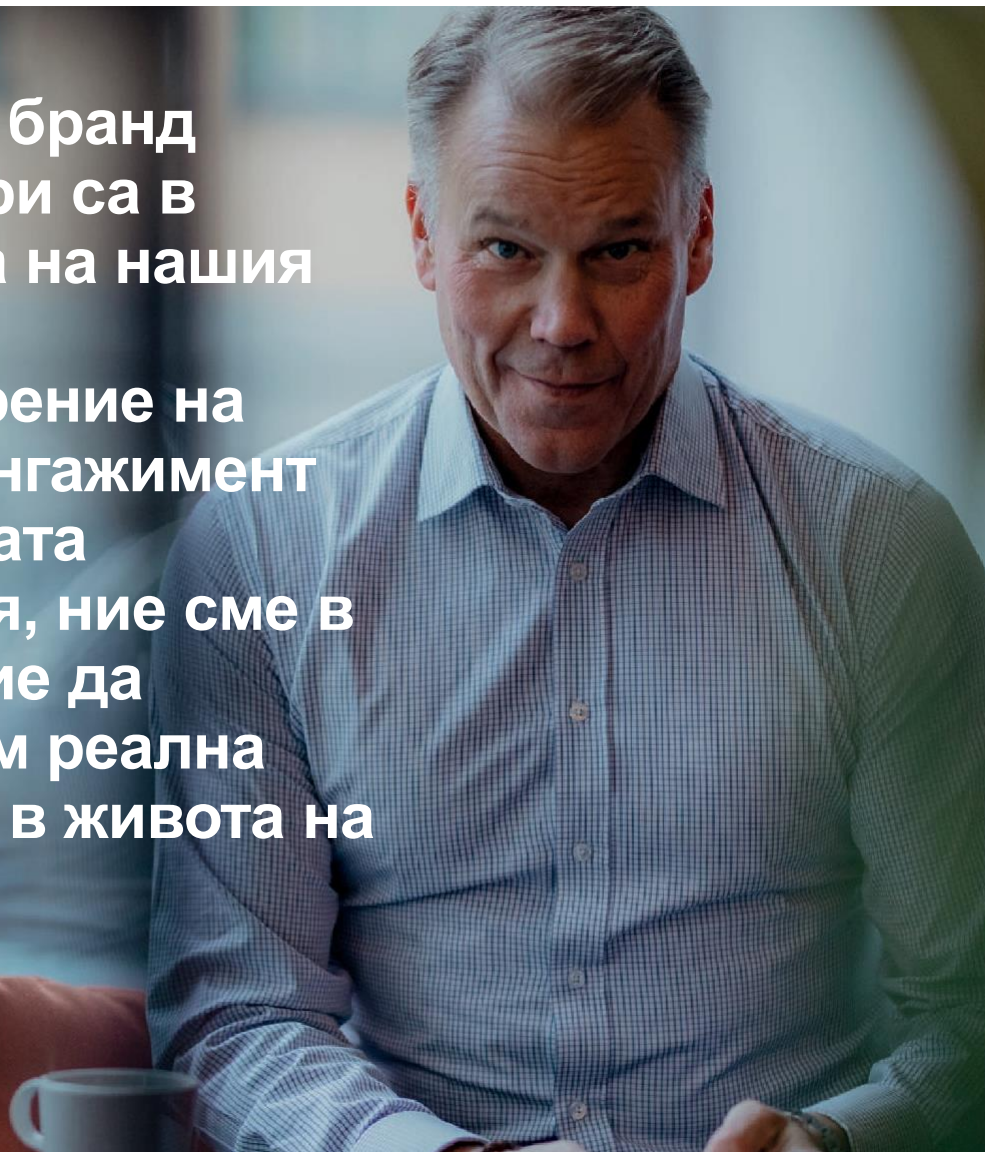
Както винаги, скраб продуктите съдържат само ексфолианти с естествен произход, като бадемови черупки, които се разграждат естествено с течение на времето. И всички измиващи продукти за лице и тяло са формулирани така, че да бъдат биоразградими.

Сапуни, балсами, кремове за тяло и лосиони за тяло Love Nature вече също гордо показват върху опаковката си точния процент съставки с естествен произход, които съдържат. Бутилките, бурканчетата и тубичките Love Nature са направени от минимум 20% и до 100% рециклирана пластмаса – точният процент също е изписан на опаковката.





„Нашите бренд партньори са в основата на нашия бизнес и благодарение на техния ангажимент към нашата компания, ние сме в състояние да направим реална промяна в живота на хората.“



Изявление на Главния Изпълнителен Директор

Докато отбелязваме нашата 55-та годишнина в Орифлейм, аз съм горд за нашите постижения и напредъка, който постигнахме като компания. Радваме се, че предоставяме продукти за красота и уелнес на нашите клиенти повече от пет десетилетия и очакваме с нетърпение да продължим да го правим още много години напред. Изминалата година обаче представи различни предизвикателства, включително войната в Украйна и блокирането в Китай, което оказва голямо влияние върху всички нас. Освен това се сблъскахме с намаляващи продажби, особено в Азия, което, заедно с нарастващите цени поради инфлацията, се отрази на нашия бизнес. Въпреки тези предизвикателства, ние останахме непоколебими в ангажимента си да доставяме висококачествени продукти. Нашите бренд партньори са в основата на нашия бизнес и благодарение на техния ангажимент към нашата компания, ние сме в състояние да променим реално живота на хората. Техният успех е от жизненоважно значение за нас и оставаме силни, независимо какви предизвикателства предстоят.

“Вдъхновението и уважението към природата и намирането на нови начини за включването ѝ в продуктите за грим, грижа за кожата и уелнес е неизменна част от нашето ДНК.”

Винаги сме искали да помагаме на хората да подобрят живота си и да правим предприемачеството достъпно за всички и тази година не беше по-различна.

Нашият ангажимент за трансформация беше непоколебим и през 2022 г. искахме както да създадем нови, така и да върнем утвърдени начини хората да се срещат отново. Ето защо имам удоволствието да съобща, че нашите конференции са възобновени и очакваме с нетърпение да продължим да събираме нашата общност, за да учим, растем и да се свързваме.

Разработване на продукти

Ние в Орифлейм сме посветени на създаването на страхотни продукти, като същевременно поемаме отговорност за въздействието на нашето производство и бизнес. Вдъхновението и

уважението към природата и намирането на нови начини за включването ѝ в продуктите за грим, грижа за кожата и уелнес е твърдо установена част от нашето ДНК. Ето защо стартирахме ангажимента за горите, разширявайки съставки отвъд хартията и палмовото масло към други съставки, които могат да допринесат за риска от обезлесяване и преобразуване на екосистемите. Ние сме си поставили цели за подобряване на проследимостта във веригата за доставки чрез сертифициране и контрол от трети страни.

За да доразвием предлагането и да разширим потребителската база, засилихме веганско предлагане през 2022 г. с въвеждането на цялостната гама Waunt Грижа за кожата, която е сертифицирана от The Vegan Society™. Освен това пуснахме емблематичната Нежна Грижа с актуализирана формула с 99,9% естествен произход. Предоставянето на продукти, които са разработени с уважение към природата, е дълбоко вкоренено в нашето наследство.

Иновации и стъпки напред

Също така съм горд да съобща, че за втора поредна година Орифлейм е признат за лидер в областта на климата от Financial Times и Statista. Компаниите, изброени в доклада, са тези, които са направили най-голямо намаление на своите емисии от Обхват 1 и 2 през последните години. Това признание е доказателство за нашата отдаденост да намалим отпечатъка си върху климата и да предприемем по-нататъшни стъпки към нашите цели в областта на климата. Също така подобрихме нашия CDP резултат за палмово масло, платформа за отчитане, която помага на компаниите да измерват и

управляват своите ESG (околна среда, социални и управленски) рискове.

Освен това, в съответствие с нашата страст към науката, тази година сформирахме независим научен консултативен съвет, включващ международни изследователи в областта на храненето и здравето. Вярваме, че този съвет ще ни помогне да останем в челните редици на научните изследвания и иновациите, позволявайки ни да създаваме още по-добри продукти, които оказват положително влияние върху живота на нашите клиенти.

В заключение, предприехме някои важни стъпки към нашите цели за устойчивост през изминалата година, въпреки че това беше време на предизвикателство за нашия бизнес и служители. Нашата цел остава същата: да създадем бизнес възможности за нашите бренд партньори, като същевременно гарантираме отговорно управление към нашата планета. Нашата отдаденост към хората и природата е фундаментална за бъдещия ни успех и е жизненоважна за нашия бизнес, че виждаме потенциала в себе си и нашите заинтересовани страни да създадем по-светло и устойчиво бъдеще.

Магнус Бранстрьом, Главен
Изпълнителен Директор и Президент

Това е Орифлейм

Основана през 1967 г., Орифлейм е международна козметична компания за социални продажби, присъстваща в повече от 60 страни в Европа, Африка, Азия и Латинска Америка. Нашето широко портфолио от шведски, вдъхновени от природата, иновативни продукти за красота се предлага на пазара чрез около два милиона членове*, генерирайки годишни продажби от почти един милиард евро.

Бизнес модел

Бизнесът на Орифлейм работи с директни продажби, както и чрез обширна онлайн платформа. Около 98% от всички поръчки, са направени онлайн. Орифлейм оперира върху подход, ориентиран към независимите бренд партньори, с инициативи, оформени от гледна точка на овластяване на бренд партньорите на Орифлейм да продават, набират клиенти и управляват бизнеса си, използвайки най-новите цифрови инструменти. Продуктите на Орифлейм се продават и разпространяват от около два милиона членове, разположени в повече от 60 страни.

Предлагане на продукти

Продуктовото предлагане на Орифлейм се основава на повече от пет десетилетия опит в грижата за кожата и козметиката, съчетавайки иновации и вдъхновение от природата. Орифлейм предлага широка гама от висококачествени продукти за ежедневна употреба на достъпни цени. Портфолиото обхваща шест категории: Грижа за кожата, козметика за оцветяване, парфюми, лична грижа и грижа за косата, аксесоари и уелнес.



*Членовете са всички партньори на независими марки и онлайн клиенти, които са направили поне една поръчка през последните три месеца

Географски отпечатък

Региони на продажбите

- Латинска Америка
- Европа и CIS
- Турция и Африка
- Азия

Нашите пазари

Присъстваме на над 60 пазара - включително пазари, управлявани от франчайзополучатели. За по-нататъшно развитие на нашия бизнес ние фокусираме нашите ресурси и инвестиции в тези стратегически пазари.

Корпоративни офиси

Корпоративни офиси в Шафхаузен (Швейцария) и Лондон (Обединеното кралство)

- Офиси за групов поддръжка в Дъблин (Ирландия), Люксембург (Люксембург), Сингапур (Сингапур), Стокхолм (Швеция), Синген (Германия) и Варшава (Полша)
- Глобален ИТ център за върхови постижения в Оломоуц (Чешка република)
- Финансов център за върхови постижения във Варшава (Полша)

Верига за доставки

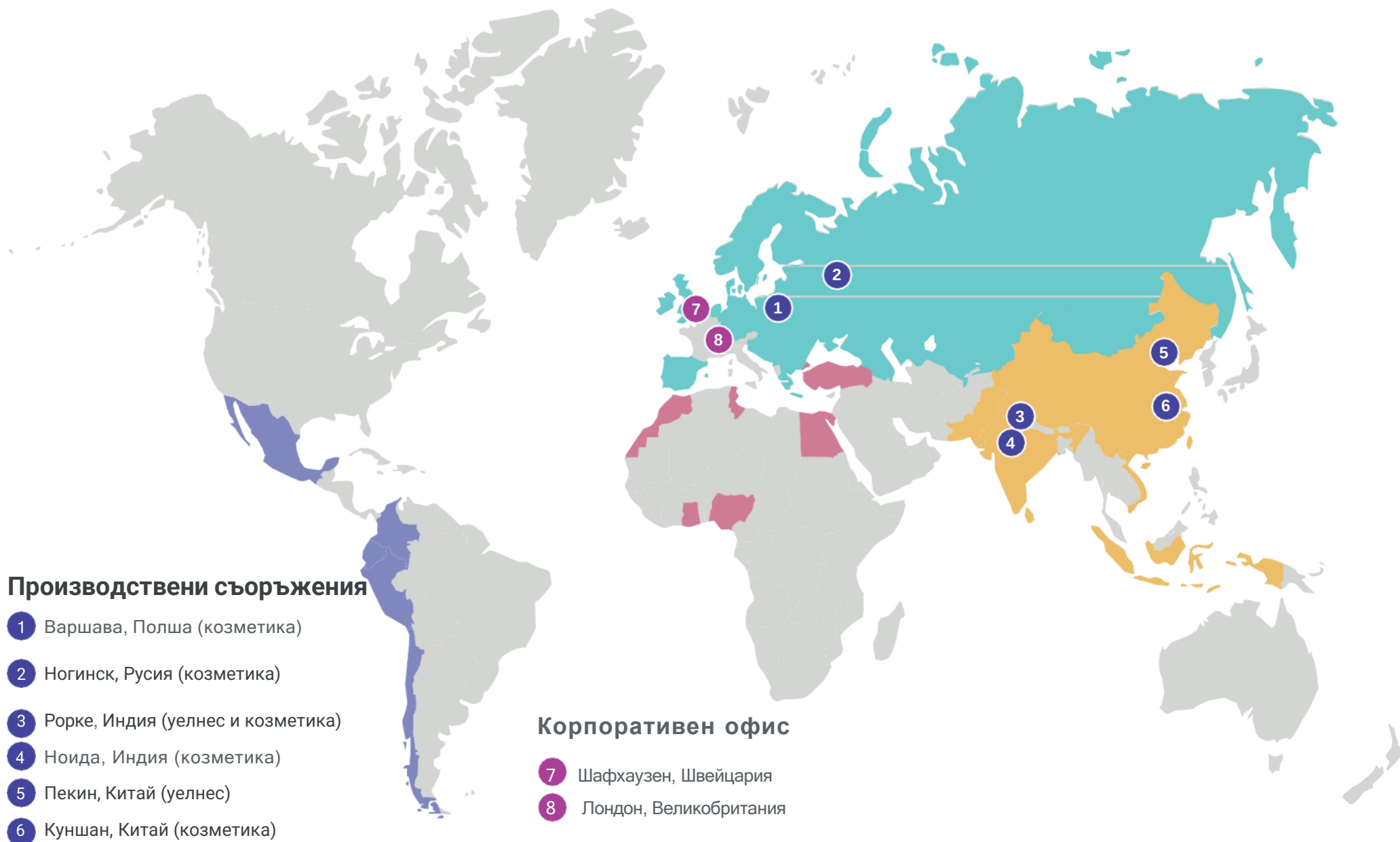
Повече от 70% от нашите продукти се произвеждат в собствени производствени съоръжения. През 2022 г. доставихме около 238 милиона до пазарите на Орифлейм по целия свят, като основните бяха Полша, Индия и Китай.

Производство

Имаме шест производствени съоръжения. Те са разположени в четири държави (Полша, Китай, Индия и Русия).

Глобални дистрибуторски центрове

Имаме два глобални дистрибуторски центъра. Те се намират в Полша и Унгария.





Стратегия за устойчивост

Устойчивостта е в основата на това кои сме ние като компания – тя е неразделна част от нашето шведско наследство, нашата марка и нашата мисия да изпълняваме мечти. Нашият дългосрочен ангажимент към устойчивостта се отразява и в позиционирането на нашата марка – красотата е нещо повече от това как изглеждаме, тя е в това как живеем, как се чувстваме и как действаме.

Нашата ключова част от стратегията за устойчивост е да увеличаваме положителното въздействие на компанията върху живота на хората, като същевременно да намаляваме всяко отрицателно въздействие върху околната среда. Тази комбинация е фундаментална за трите основни области на нашата стратегия за устойчивост: възможност към бренд партньори, уважение към природата и страст към хората.

Тази подробна стратегия се докосва до сърцето на Орифлейм бизнес модела, където възможностите, предоставени на бренд партньорите, се превръщат в истинска, положителна промяна.

Това може да варира от обикновено увеличение на доходите, до повишени бизнес умения, подобро самочувствие и увереност.

Налице е също повишен интерес към устойчивостта сред служителите, инвеститорите и бренд партньорите. За нас е много важно да сме в състояние да отговорим на техните очаквания към Орифлейм. Всъщност, поради всички причини, споменати по-горе, изпълнението на нашата стратегия за устойчивост е жизненоважно.



Три стратегически области

1 Възможност за бренд партньори

Фокусирайки се върху стойността, която можем да предложим на нашите бренд партньори, този раздел разглежда възможността за доходи, гъвкавост и свобода. Той също така подчертава изграждането и създаването на умения, както и достъпа до местна и международна общност от хора.

Прочетете повече за Възможност към бренд партньори на [стр. 15–23](#).

2. Уважение към природата

В тази част от доклада ние разглеждаме екологичните аспекти на нашия бизнес, като опаковки и формули, както и въздействието, което нашият бизнес оказва върху горите, водата и климата.

Прочетете повече за Уважение към природата на [стр. 24–62](#).

3. Страст към хората

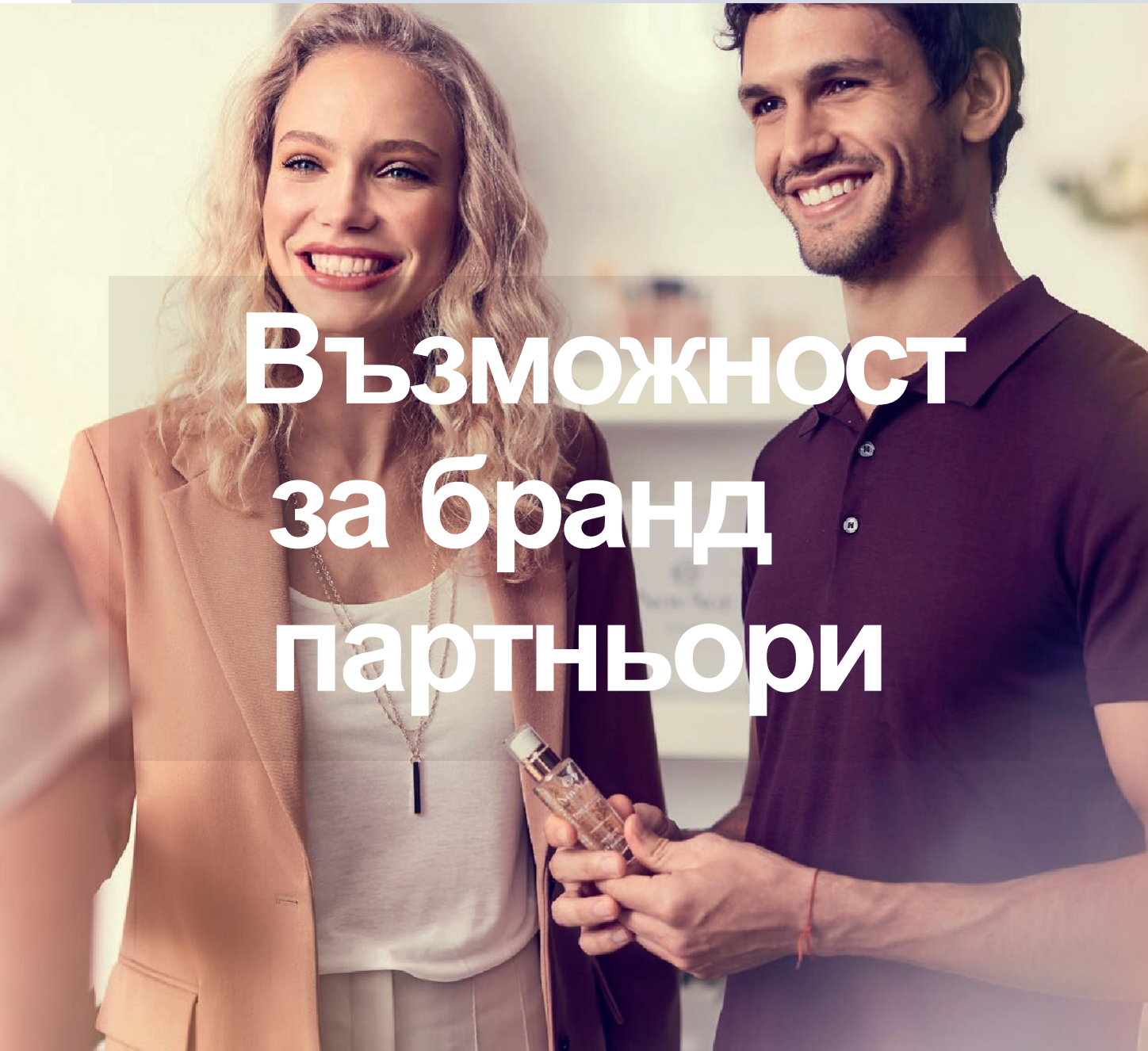
Този раздел обхваща всичко, свързано с устойчивостта и хората в нашата верига за стойност - от нашите потребители и бренд партньори до нашите служители и служителите на нашите доставчици. Това включва теми като правата на човека, работата ни с безопасността на потребителите и усилията ни да създаваме социално отговорни продукти.

Прочетете повече за Страст към хората на [стр. 63–81](#).

Структура на стратегията

Тези три основни области са подкрепени от 12 подобласти, които съдържат 41 цели и ангажименти с различни времеви хоризонти.





Възможност за бренд партньори

Социалните продажби дават на хората реална възможност да печелят доход чрез изграждане и поддържане на взаимоотношения с клиентите. В дигиталната ера това се превръща в гъвкавост и свобода и дава възможност за комбиниране на социални продажби с основна работа, обучение или грижа за децата.

Когато някой стане бренд партньор на Орифлейм, той има достъп до експерти по бизнес и красота и става част от глобална общност за красота. Те също така получават достъп до обучения, срещи и събития, като всичко това повишава техните способности, увереност и самочувствие.

Нашата визия е да се превърнем в компания №1 за социални продажби на красота, като изградим най-голямата общност за красота в света. Постигането на тази цел ще направи бизнеса достъпен за повече хора и ще създаде положителна промяна.



Допълнителен доход

Бизнес моделът на Орифлейм създава стойност, като предлага на хората по света шанс да подобрят живота си: предлагайки уникално пазаруване за клиентите, както и предоставяйки възможности за предприемачество на бренд партньорите.

Всеки жител по света, който живее в страна, в която Орифлейм има пазар, може да стане наш бренд партньор. Те могат да започнат собствен бизнес за социални продажби и да печелят доходи, като привличат клиенти и продават продукти на Орифлейм. Малка част от бренд партньорите също избират да увеличат приходите си, като канят и обучават други да продават и по този начин печелят допълнителни комисионни, бонуси и други форми на признание.

Особено за жените в страните с ниски и средни доходи допълнителният доход, генериран от техния бизнес с Орифлейм, може да промени значително живота им.

Ангажираме се да продължим да развиваме бизнеса, за да увеличим общата сума, разпределяна на бренд партньорите годишно. През 2022 г. изплатихме 244 милиона евро, в сравнение с 2021г. - 249 милиона евро. Намалението на бонуса за бренд партньор и отстъпките за ефективност се обяснява главно с по-ниските продажби, които бяха частично компенсирани от по-големия брой срещи и конференции през 2022 г.. През предходната година поради пандемията от Covid-19 международните конференции за бренд партньори бяха отменени и свързаните начисления на разходи бяха сторнирани.

Инструменти за дигитални продажби

За да дадем възможност на нашите бренд партньори да подобрят опита си с онлайн продажбите, ние продължаваме да подобряваме нашето дигитално съдържание и интегриран пакет от атрактивни и модерни бизнес инструменти.

През 2021 г. пуснахме дигитална версия на Орифлейм каталога, за да улесним споделянето му. Така по-лесно нашите бренд партньори могат да разглеждат, пазаруват и да откриват нови продукти с видеоклипове, уроци и по-задълбочена информация за продукта. През 2022 г. подсилихме функционалността на дигиталния каталог и го интегрирахме в приложението на Орифлейм, за да насърчим допълнително прехода на нашия бизнес към дигитални платформи.

През годината 37% от всички продажби произхождат от дигиталния каталог и други дигитални съоръжения за пазаруване. Също така 98% от всички поръчки са направени онлайн, което демонстрира бърза адаптация към нашите дигитални инструменти, както и тяхната ефективност.

Удовлетвореността на бренд партньорите

Искаме бренд партньорите да разпознаят Орифлейм като добра възможност за печелене на допълнителен доход. Ето защо е важно да се уверим, че отговаряме на очакванията им. Използваме Net Promotor Score (NPS), за да измерим удовлетвореността на бренд партньорите на всички наши пазари от 2017 г. насам. NPS ни дава обратна връзка за очакванията и възприемането. За да сме сигурни, че предлагаме



атрактивно продуктово портфолио, също така измерваме удовлетвореността на бренд партньорите чрез платформата Bazaarvoice. През 2022 г. събрахме 429,00 отзива за продукти и средният ни резултат в световен мащаб беше 4,6 от 5, което е в съответствие с резултатите от миналата година. Категорията за аромати получава най-много отзиви, но Wellness продължава да бъде оценявана

като най-добрата категория. Swedish Spa е най-високо оценената марка, като два от нейните продукти се квалифицират в топ 10 на най-високо оценените продукти в световен мащаб. Essense&Co и Нежна грижа също имат много високи оценки и са включени в Топ 5 на най-високо оценените марки в световен мащаб.



Растеж и развитие

Личното и професионалното развитие е важна част от нашето ценностно предложение. Стремим се да предоставим на нашите бренд партньори, повечето от които са жени, онлайн и офлайн обучения, за да изградим красота, продажби и маркетингови умения. Също така искаме Бренд партньорите да видят Орифлейм като добра възможност за саморазвитие, за да станат по-уверени и да подобрят самочувствието си. В последното глобално проследяване от 2020 г. общо 74% се съгласиха, че техните бизнес умения са се подобрили, а 76% забелязаха подобрения в самочувствието и увереността си поради работата с Орифлейм.

Възможности за обучение за бренд партньори

Предлагаме постоянна подкрепа на нашите бренд партньори, като укрепваме техните знания за продуктите, социалните продажби и развитието на лидерството чрез Академията на Орифлейм. Това е обучителна програма, която използваме повече от 15 години. Тя се основава на най-добрите практики на хиляди бренд партньори в света на Орифлейм. През последните две години актуализирахме програмата и въведохме девет нови стъпки на обучение, а през 2022 г. стартирахме три нови курса за обучение в световен мащаб. Бренд партньорите се обучават как да разширят общността си с нови регистрирани клиенти и нови бренд партньори, как да активират тяхната мрежа чрез провеждане на събития и как да развиват лидери и да им помогнат да се издигнат в плана за успех.

Мобилен офис в 51 пазара

Орифлейм предлага на всички регистрирани бренд партньори достъп до техния собствен дигитален бек офис, наречен Мобилен офис. Той се състои от функции за поддръжка на бренд партньори във всички аспекти на бизнеса, включително как да започнат своя бизнес, как да следят собственото си представяне и представянето на своя екип - и много други. Към днешна дата Мобилен офис е пуснат на 51 пазара. Първите 90 дни се предлага обучение и практически стъпки, предназначени да помогнат на новите бренд партньори да започнат работа с Орифлейм и в момента се предлага на 42 пазара. През 2021 г. проведохме проучване на пет ключови пазара, събирайки обратна връзка от новодошлите за това как да разработим програмата за адаптиране. Участниците оцениха програмата с 4,6 от 5 в отговор на въпроса „Колко ви беше полезна програмата, когато стартирахте своя бизнес“? Те намират програмата за полезна, ясна, поучителна и вдъхновяваща.

През 2022 г. Орифлейм продължи да развива присъединяването на нови бренд партньори, като се увери, че те ще получат перфектен старт, като разработи дигитален инструмент за интегриране: The perfect start. Този инструмент ще бъде пуснат през 2023 г. и ще подобри достъпността, гъвкавостта и привлекателността на нашата бизнес възможност. Това ще помогне да се гарантира, че новодошлите получават ясна насока и подкрепа, ще научат правилните умения, за да стартират своя бизнес и ще изпитат възможността да се развиват лично и професионално.

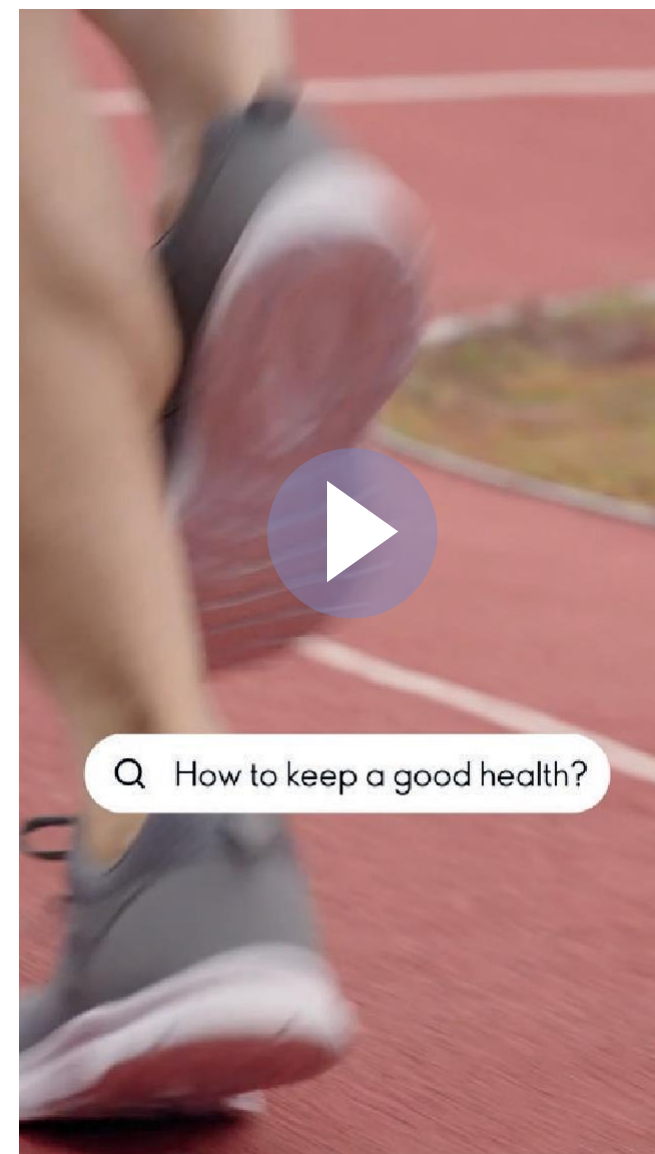
Електронно обучение в 50 пазара

В допълнение към горните инструменти, също така предоставяме курсове за електронно обучение на бренд партньори. Нашата платформа за електронно обучение включва 16 курса за микрообучение и едно сертифициране за напреднали, обхващащи теми като продукти на Орифлейм, бизнес възможности, умения за продажби и регистрации и умения за спонсориране. Общо 50 пазара са внедрили платформата за електронно обучение.

Броят на завършените курсове от бренд партньори, записани в нашата платформа за електронно обучение, намаля значително до около 12 000 курса през 2022 г. (в сравнение със 70 000 курса, завършени през 2021 г.). Основната причина за това е ограничената наличност на нови курсове за електронно обучение на местните езици.

Треньорска програма на Орифлейм Уелнес Клуб

През 2021 г. стартирахме програмата Треньор в Wellness Клуб - обучение за напреднали в Академията Wellness. Програмата е разработена в Швеция от здравни експерти и се основава на комбинация от най-новите научни изследвания, практически уелнес познания за холистичен здравословен начин на живот, физически упражнения и уелнес продукти на Орифлейм. През 2022 г. внедрихме електронното обучение Треньор в Wellness Клуб и други дигитални инструменти в 17 държави. В момента имаме 32 000 бренд партньори, които участват в програмата, като повече от 5 500 вече са сертифицирани. Освен това повече от 500 от тях са създали свой собствен Wellness клуб.





Чувство за принадлежност

Искаме нашите бренд партньори да разпознаят Орифлейм като добра среда за смислени и забавни дейности, създаване на нови приятели и усещане, че са част от общност. Конференциите са ключови за изграждането на Орифлейм общността и създаването на чувство за социална принадлежност.

На конференции бренд партньорите получават достъп до представяне на продукти и обучение, и имат възможност да чуят истории за най-добри практики от успешни лидери в регионите. Конференциите

на Орифлейм са един от нашите стратегически двигатели на растеж и невероятно мощна мотивация за нашите бренд партньори. Но освен мотивацията, нашите конференции са там и за да вдъхновяват и свързват хората. В последното глобално проследяване от 2020 г. 81% от бренд партньорите смятат, че Орифлейм им позволява да се срещат с нови хора и нашите конференции допринасят за това.

Международни конференции

За нашата 55-та годишнина най-накрая бихме могли да върнем физическите си конференции и да създадем платформа за срещи и учения на нашите бренд партньори. Въпреки бързото приемане на дигитален конферентен формат по



време на пандемията, ние сме нетърпеливи и развълнувани да поканим нашите бренд партньори отново да се съберем лично.

Основното ни събитие за годината беше юбилейната златна конференция в Дубай, където бренд партньори от повече от 50 страни се събраха, за да отпразнуват 55-ата годишнина на нашата компания. Конференцията продължи седем дни и 1600 бренд партньори празнуваха под мотото „Good as Gold“. Присъствието на Орифлейм в Дубай не остана незабелязано от никого в града, тъй като един от многото акценти на седмицата беше видео в чест на 55-ата годишнина на Орифлейм, изложено на фасадата на небостъргача Бурж Халифа - забележителност в града и най-високата сграда в света.

Дигитално свързани

Дигиталната вълна, която ни застигна по време на пандемията, промени начина, по който провеждаме конференции. Докато целта на нашите конференции остава същата, платформата, в която хората се срещат може да бъде както физическа, така и дигитална.

На юбилейната златна конференция в Дубай решихме да предаваме поточно някои от събитията, за да могат бренд партньори и служители по целия свят да се насладят. Също така предложихме майсторски класове по уелнес и грижа за кожата както за конференции, така и за онлайн участници. Като сме дигитално свързани, ние можем да достигнем до нашите бренд партньори по целия свят и следователно да укрепим общността на Орифлейм.

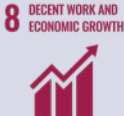
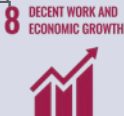




Цели и ангажименти



Допълнителен доход

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
1. Продължете да развивате бизнеса си	Година след година		Намалява с 2% спрямо 2021 г	През 2022 г. изплатихме 244 милиона евро, в сравнение с 2021г. - 249 милиона евро.	Още да допринесе
2. Искामе нашите бренд партньори да разпознават Орифлейм като добра възможност за допълнителна печалба и гъвкавост и свобода в ежедневието.	Година след година		84% от бренд партньорите смятат Орифлейм за добра възможност за допълнителен доход	Данни от последното Орифлейм Global Brand Tracking 2020. Измерваме нашия напредък по нов съвременен начин.	Постигнати при последното проследяване



Растеж и развитие

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
1 Осигуряваме на нашите бренд партньори, повечето от които са жени, онлайн и офлайн обучение за изграждане на умения в продажбите, маркетинга и красотата.	Година след година	5 GENDER EQUALITY 	Няма промяна	Общо 50 пазара са внедрили платформата за електронно обучение.	На път
2. Искामе нашите бренд партньори да разпознаят Орифлейм като добра възможност за саморазвитие и в резултат да възприемат, че са: • Станали по-уверени • Подобрили самочувствието си • Подобрили уменията си	Година след година	5 GENDER EQUALITY 	76% от бренд партньорите смятат, че Орифлейм е помогнал за подобряване на тяхното самочувствие и увереност	Данни от последното Oriflame Global Brand Tracking 2020. Измерваме нашия напредък по нов съвременен начин.	Постигнати при последното проследяване



Чувство на принадлежност

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
1 Искаме нашите бренд партньори да разпознаят Орифлейм като добра среда за смислени и забавни дейности, създаване на нови приятели и усещане, че са част от общност.	Година след година	5 GENDER EQUALITY 	81% от бренд партньорите смятат, че Орифлейм им позволява да се срещат с нови хора	Данни от последното Oriflame Global Brand Tracking 2020. Измерваме нашия напредък по нов съвременен начин.	Постигнати при последното проследяване



Уважение към природата

Повече от десетилетие систематично се стремим да намалим въздействието си върху природата. Започнахме от идентифициране и разбиране как въздействаме на света около нас. От тази основа изградихме стратегия за устойчивост с фокус върху нашите най-значими области на въздействие, където имаме най-големите възможности за постигане на промяна.

Уважението към природата започва с истинско оценяване на това, което тя предоставя, като чист въздух и вода, стабилен климат, плодородна почва и богато биоразнообразие. Нашата цел да станем устойчива компания е отразена в редица екологични инициативи. На практика това означава предотвратяване на обезлесяването, избягване на замърсяването на въздуха, земята и водите, декарбонизиране в търсенето на енергия, гориво и насърчаване на търсенето на екологично отговорни продукти, както по отношение на формулите и материалите, които използваме, така и на опаковката, която избираме.



Вода

НАШЕТО ВОДНО ПЪТУВАНЕ

2013

Проведохме глобално проучване на въздействието на водата, за да идентифицираме нашия воден отпечатък.

2015

От 2015 г. всички нови измиващи се продукти са формулирани само с ексфолианти от естествен произход.

2016

Спря производството на продукти, съдържащи пластмасови микроперли и пластмасов блясък.

2017

Лансирана гама от измиващи продукти Love Nature с биоразградими формули.

2018

Разширена биоразградимост към други гами, включително Discover. Ангажира се да формулира всички нови продукти за грижа за кожата и лична хигиена, които да бъдат биоразградими.

2021

Пуснахме първия си шампоан - разработен да бъде по-концентриран от традиционния шампоан и следователно използва по-малко вода и опаковъчни материали.



Вода

ОПАЗВАНЕ НА ВОДНИТЕ РЕСУРСИ

Има нарастващ натиск върху глобалните водни ресурси – от факторите на населението и икономическия растеж, изменението на климата и замърсяването на водите до конкуренцията за водни ресурси. Проблемите с водата са глобално предизвикателство, но тъй като работим в някои страни с недостиг на вода, е важно за нас да вземем предвид последиците и на местно ниво. С изменението на климата и нарастването на населението ние сме изправени пред двойно предизвикателство – достъп до чиста вода и недостиг на вода.

В нашия бизнес зависим от водата през целия жизнен цикъл на продукта, по-специално по време на снабдяването със суровини, производството и потребителската употреба. Следователно има две основни предизвикателства,

с които трябва да се справим: замърсяването на водата и недостигът на вода. За да разберем по-добре тези предизвикателства, ние проведохме проучване за въздействието на водата преди няколко години върху жизнения цикъл на представителна селекция от нашите ключови продукти. Проучването показва, че през жизнения цикъл на един шампоан 88% от потреблението на прясна вода се генерира от потребителите. В резултат на това прозрение ние търсим начини да ангажираме нашите потребители около по-устойчивото използване на водата, като същевременно търсим възможности за разработване на продукти, които ограничават въздействието върху водата.

Без пластмасови микрозърна

Замърсяването с микропластмаса е причина за замърсяване на водата. Идентифицирани са различни източници на замърсяване, включително използването на пластмасови



микрозърна в козметични формули. В началото на 2013 г. проучихме редица алтернативи с естествен произход, включително растителни восъци, черупки от ядки и семена, които отговарят на нашите високи стандарти за производителност и очаквания за безопасност. От 2015 г. всички нови измиващи се ексфолианти са формулирани с частици от естествен произход. Освен това до края на 2016 г. цялото производство на наследени продукти, съдържащи пластмасови микроперли и пластмасов блясък, беше спряно.

Формулиран да бъде биоразградим

Знаем, че продуктите за измиване имат силно въздействие върху водната система. Ето защо за нас е важно да формулираме продуктите ни за измиване така, че да бъдат биоразградими. Нашите съставки са внимателно подбрани. За да потвърдим биоразградимостта на нашите измиващи продукти, ние изискваме поне 90% от въглеродните съставки да са биоразградими въз основа на метода, разработен от OECD* или подобен. Имаме ангажимент до 2025 г. 100% от новите продукти за грижа за кожата и лична хигиена да бъдат формулирани така, че да бъдат биоразградими. През 2022 г. изпълнихме успешно този ангажимент.

**Организацията за икономическо сътрудничество и развитие*

*** Нашият производствен обект за Wellness в Кутай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни да правим оперативни подобрения.*

Управление на водата в нашите производствени обекти**

Производството на козметика, използването на пречистена вода и оборудването за миене са най-водоемките процеси, представляващи повече от половината от общата консумация на вода на компанията. През 2022 г. водата, използвана в нашите продукти, представляваше около 8% от общото потребление на вода в производствените обекти. Около 70% от общата изтеглена вода в нашите производствени обекти идва от подпочвените води.

Използването и изхвърлянето на вода може да окаже въздействие върху местните екосистеми и да повлияе на качеството и доставките на вода в даден регион. Всичките ни обекти са с осигурено водоснабдяване с нормативно разрешение. Всички производствени обекти третираат водата съгласно приложимите разпоредби.

Ние използваме WRI Aqueduct Water Tool, за да оценим водния стрес в регионите, където се намират нашите производствени обекти. Около 8% от общата изтеглена вода е от две площадки, разположени в зони с висок воден стрес. В тези обекти сме приложили инициативи за пестене на вода и водим устойчиви действия за попълване на подпочвените води.

През 2022 г. някои от нашите усилия за подобряване на ефективността на водата, като повторното и използване, презареждане на подпочвените води, доведоха до спестяване на 8,6 мегалитра вода*.

За да управляваме ефективно водата, сме предприели следните мерки в производствените ни обекти:

- Фабриката Wellness в Рурке, Индия е фабрика с нулево изпускане на течности (ZLD). 100% от водата се използва повторно след обработка за местно озеленяване.
- През 2022 г. във фабриката в Нойда, Индия използвахме повторно 1,3 мегалитра вода от нашата пречиствателна станция за отпадни води.
- Водата се използва частично повторно във фабриката в Полша.
- На две места се събира дъждовна вода, за попълване на подпочвените води (Рурке, Индия) и за повторно използване - поливане на тревни площи (Русия). През 2022 г. възстановихме повече подпочвени води в нашия обект в Рурке, Индия, отколкото изразходихме.
- В обекта ни в Китай оптимизирано използваме водата - за пречистване, почистване на съдове и канализация, като използваме сензори и системи за двойно промиване.
- Редовно обучаваме служителите във фабриките за ефективно използване на водата.

*Въз основа на вътрешни изчисления и показания на електромерите

** Нашият производствен обект за Wellness в Кунтай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни да правим оперативни подобрения.



Ние се ангажираме да намалим консумацията на вода, произведена в нашите собствени производствени обекти** с 10% до 2030 г. спрямо 2019 г. Общото ни потребление на вода е намаляло с 35% от 2019 г. насам. Това се дължи на нашите подобрения във водната ефективност, но също и на 40% спад във вътрешното производство от 2019 г. насам. Въпреки икономии на вода и спада в производството, водата, необходима за почистване и канализация, остава същата.

Следователно използваната вода за произведена единица се е увеличила с 13% спрямо базовата 2019 г.

Ние ще продължим да оптимизираме използването на вода за почистване и пречистване, за да постигнем целите си до 2030 г.



Гора

НАШЕТО ГОРСКО ПЪТУВАНЕ

2010

Започнахме да покриваме нашето използване на палмово масло с RSPO Book & Claim Credits, като същевременно подкрепяме пазарната трансформация към устойчиви продукти от палмово масло. Ние сме един от първите в козметичната индустрия, които предприехме тази инициатива.

Инициирахме нашето сътрудничество с Rainforest Alliance и разработихме глобален Ангажимент за Отговорно Снабдяване с Хартия.

2012

Пусна на пазара първия в света душ гел със 100% отделено палмово масло – Swedish Spa Shower Gel*.

Стартира отчитането на CDP Forest.

2014

Започна закупуването на сертифицирано палмово масло Mass Balance.

2019

Стартира нашата програма за компенсирание на климата, подкрепяща проекти за повторно залесяване и опазване на горите.

2021

Всички новоразработени дървени моливи в категорията Цветна козметика са направени от FSC сертифицирана дървесина.

2022

Стартирахме нашия ангажимент за горите, разширявайки отвъд хартията и палмовото масло до други рискови за горите материали, които могат да допринесат за обезлесяването и преобразуването на екосистемите.

*Продуктът вече не е в продуктовото ни портфолио.



Гора

АНГАЖИМЕНТ ЗА ОПАЗВАНЕ НА ГОРИТЕ

Горите покриват около една трета от земната повърхност. Според доклада за състоянието на световните гори за 2022 г. горите съдържат 662 милиарда тона въглерод. Богатството, генерирано от определени услуги на горските екосистеми като отдих, недървесни горски продукти, водни услуги и др. се оценява на 7 трилиона евро, около 9% от световния брутен вътрешен продукт. Най-голямата заплаха за нашите гори днес е обезлесяването. Обезлесяването може да причини изменение на климата, ерозия на почвата и да увеличи риска от пандемии, наред с други неща. Изменението на климата

може да повлияе на наличието и достъпа до определени суровини, причинявайки съществени промени в пазарните цени. Горите играят жизненоважна роля за ограничаване на повишаването на средната глобална температура до 1,5°C.

Нашата шведска природа винаги ни е вдъхновявала да използваме естествените екстракти, за да произвеждаме висококачествени и високоефективни продукти, произведени по начин, който уважава природата. Разбираме нашата зависимост от горите за естествени суровини и сме наясно, че когато не се управляват правилно, някои от източниците на суровини на Орифлейм - включително дърво, хартия, палмово масло и други естествени суровини - могат да допринесат за риска от обезлесяване и преобразуване на екосистемата.



Основната ни суровина е дървен материал. Работим с нашите доставчици, така че те да могат да докладват своите обеми и данни за устойчивост ежегодно. През 2022 г. използвахме 7 126 тона дървен материал*. 86% от общия оценен обем е каталожна хартия, 14% принадлежат на опаковки от хартия и картон и 0,2% представляват продукти на основата на дървесина. През 2021 г. стартирахме дигитална версия на каталога на Орифлейм. През 2022 г. използването се увеличи и го интегрирахме и в други цифрови платформи. В резултат на това общото ни потребление на хартия за каталози и опаковки от хартия и картон намалю с 60% в сравнение с 2021 г.

Тъй като значителна част от нашето въздействие идва от суровините, които използваме, трябва да вземем правилните решения за това как, къде и какво доставяме, за да избегнем обезлесяването. Отчитаме нашите свързани с горите рискове за дървен материал и палмово масло всяка година на CDP, глобална система за разкриване на информация за инвеститори и компании за управление на въздействието върху околната среда.

Горски ангажимент

Започнахме да работим за по-устойчиви горски практики през 2010 г. В сътрудничество с Rainforest Alliance разработихме глобален ангажимент за отговорно снабдяване с хартия, който беше актуализиран през 2014 г.

**Данни от въпросници на доставчици. Процент на отговор от 89%. Включва суровини с директен произход, готови стоки в нашето собствено производство и първично опаковане на нашите продукти като част от глобалните операции.*

***Източникът е определен като завод*

През 2022 г. разработихме и публично пуснахме Oriflame Forest Commitment. Горските суровини в обхвата на нашия ангажимент включват както дървени материали, така и недървесни горски материали, някои от които са свързани с риск от обезлесяване.

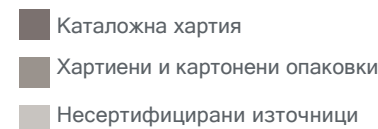
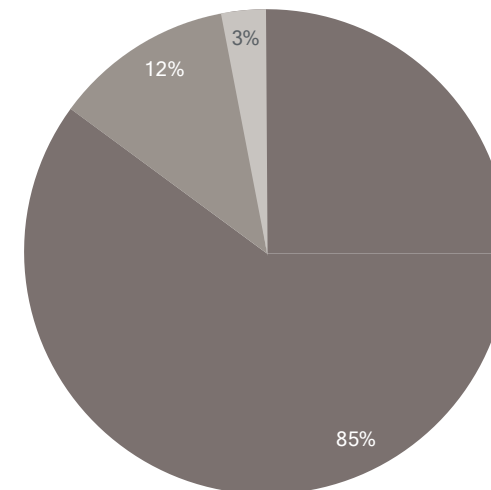
Ние ще работим заедно с нашите доставчици и в рамките на собствената ни дейност за премахване на обезлесяването и преобразуването на естествени екосистеми във всички наши вериги за доставки, които са предмет на този ангажимент.

Устойчиво снабдяване с дървен материал

Като част от нашия ангажимент за устойчиво снабдяване с ключови горски суровини, ние се стремим да закупуваме 100% от обемите на нашите хартиени продукти (каталози и опаковки на продукти) сертифицирано от устойчиво управлявани гори или от рециклирани суровини.

На практика това означава, когато е възможно, да се даде предимство на хартията, сертифицирана от Forest Stewardship Council (FSC™). На някои пазари, където FSC™ сертифицирането не е налично, ние позволяваме други сертификати, които отговарят на нашите минимални изисквания, като Програмата за одобрение на горското сертифициране (PEFC). През 2022 г. 97% от обемите продукти на хартиена основа (каталози и продуктови опаковки) идват от сертифицирани устойчиви източници**. Това изключва 2% от обемите с

Опаковки от хартия и картон и каталожна хартия от надеждни сертифицирани източници* или рециклирани материали през 2022 г.



произход, свързан с Русия, където FSC спря дейността си през 2022 г. и следователно всички валидни твърдения за сертифициране остават непроверени. Резултатите се основават на процент на отговор от анкетата от 89%. Ефективността беше оценена въз основа на данни, събрани чрез проучване на доставчика на оценка на горите за дървени материали, което включва продукти на основата на дърво, хартия и

картон за опаковане на продукти и каталожна хартия. Анкетата е разработена от Rainforest Alliance за проверка на произхода на хартията, претенциите на доставчика за FSC сертифициране или други надеждни сертифицирани източници.

През 2022 г., в партньорство с Rainforest Alliance, ние също оценихме риска от обезлесяване, свързан със страната, от която доставяме хартията ни, използвана в каталози и първични опаковки на продукти. Това се основава на оценка на риска за страната, разработен от Preferred by Nature, която е организация с нестопанска цел. Preferred by Nature управлява център, който предоставя оценки на риска за законността на дървения материал за над 70 държави, в сътрудничество с местни експерти по горите.

През 2022 г. около 97% от нашите продукти на хартиена основа (каталози и продуктови опаковки) са събрани от страни с нисък риск от обезлесяване. 2% от продуктите на хартиена основа са събрани от страни с висок риск от обезлесяване, а останалите 1% са от рециклирани източници с неизвестен произход.

Поели сме ангажимент да произвеждаме 100% от всичките ни дървени продукти сертифицирано от устойчиво управлявани гори до 2025 г. Започнахме прехода към FSC сертифицирана дървесина за козметичните ни моливи през 2020 г. През 2022 г. всички наши дървени моливи в категорията Цветна козметика и четките в категорията Аксесоари идват от устойчиво управлявани гори.

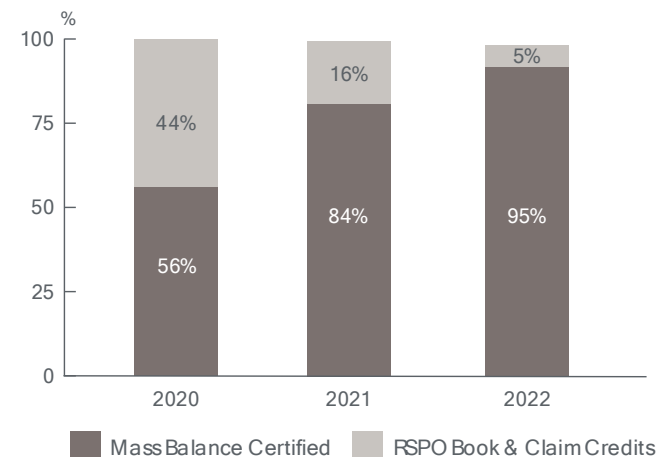
Към устойчиво бъдеще за палмовото масло

Палмовото масло е една от най-широко използваните суровини в света и търсенето и продължава да нараства. Култивирането и може да има сериозни въздействия върху околната среда - като мащабно обезлесяване и загуба на местообитания, ерозия на почвата, замърсяване и изменение на климата. Спирането на употребата на палмово масло измества проблема другаде. За да се получи същото количество от други растителни масла, ще е необходима от 4 до 10 пъти повече земеделска земя, а палмовото масло дава най-висок добив на декар. Устойчиво произведеното и добито палмово масло може да допринесе положително за околната среда и земеделските площи.

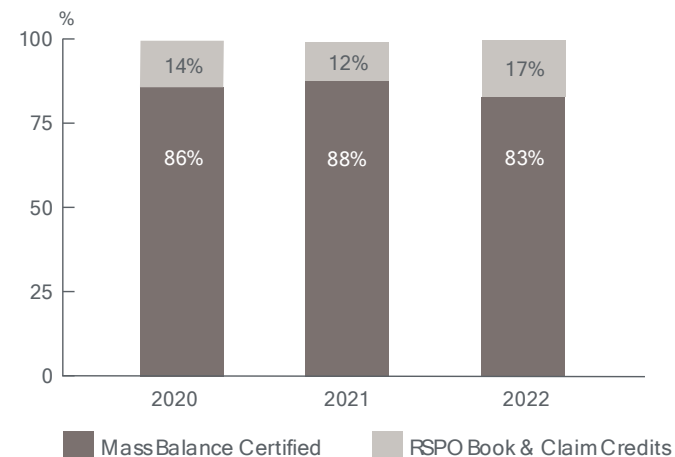
През 2022 г. закупихме 2884 тона производни на палмово масло (45%) и палмово масло (55%) на основата на суровини, използвани в нашето собствено производство. Това доведе до снабдяване с 89% от общия обем производни на палмово масло и суровини на основата на масло от палмови ядки, използвани в нашето собствено производство и в подизпълнители сапунени пръчици от физически сертифицирани устойчиви източници (RSPO Mass Balance). Остатъкът от нашето потребление (11%) ще бъде покрит от RSPO Book & Claim Credits.

Делът на RSPO Mass Balance сертифицирани производни в палмово масло и суровини на базата на палмово масло, използвани в нашето собствено производство, беше 95%. В нашите подизпълнители сапунени блокове, 83% от производните на палмово масло и масло от

Sustainably certified derivatives of palm oil and palm kernel oil in our raw materials



Sustainably certified derivatives of palm oil and palm kernel oil in subcontracted soap bars



палмови ядки са сертифицирани по RSPO Mass Balance. Това е спад в сравнение с 88% през 2021 г. Нашите обеми на сапунени блокчета намаляха с 27% през 2022 г. В резултат на това делът на RSPO производни на масовия баланс на палмово масло и масло от палмови ядки в сапунени блокчета намаля.

Имаме ограничен преглед на общите обеми и нива на сертифицирани за масов баланс производни на палмово масло и масло от палмови ядки, използвани в някои от нашите продукти. В резултат на това 48% от общите ни обеми (2448 тона) от палмово масло и масло от палмови ядки имаха видимост на веригата за доставки до ниво завод. Това се основава на вътрешна оценка на състоянието на RSPO с Универсалния списък на мелниците, за да се валидират обеми, произхождащи от произход с нисък риск от обезлесяване. Универсалният списък на мелниците (UML) е колекция от местоположения на мелници за палмово масло по целия свят. Нашата цел е до 2030 г. всички суровини за палмово масло и масло от палмови ядки, използвани в нашето собствено производство, включително деривати и подизпълнители сапунени блокове, да бъдат 100% проследими.





Климат

НАШЕТО КЛИМАТИЧНО ПЪТУВАНЕ

2010

Започна да изчислява емисиите на парникови газове. Започна нашето CDP докладване за климата.

2011

Стартира програма за вътрешен енергиен одит в офиси и производствени обекти.

2014

Инсталирани слънчеви панели в нашия Wellness производствен обект в Индия.

2015

Нашите два нови производствени обекта в Рурки, Индия и Ногинск, Русия бяха сертифицирани по LEED® - сертификат за екологично строителство, които са признати от най-добрите строителни практики.

2016

Главният офис в Москва беше сертифициран - още една зелена сграда.

2018

100% възобновяема електроенергия във всички обекти управлявани от Орифлейм

2019

100% климатично неутрални операции - стартирахме програма за компенсиране на климата, за да компенсираме ежегодно емисиите от операциите на Орифлейм (Обхват 1, 2 и части от Обхват 3). Организирахме нашите първи две климатично неутрални конференции.

2020

Постигнахме нашата климатична цел. За 10 години (2010-2020 г.) намалихме нашите абсолютни емисии на парникови газове със 76%.

2021

Одобрени цели за намаляване на емисиите на парниковите газове за 2030 г. от инициативата Научно базирани цели. Признат за един от 300-те климатични лидери в Европа от Financial Times и Statista. Инсталирани слънчеви панели в нашия производствен обект в Полша.

2022

За втора поредна година, признат за климатичен лидер в Европа от Financial Times и Statista.



Климат

КЪМ ИКОНОМИКА С НИСЪК ВЪГЛЕРОД

Емисиите на парникови газове са сериозно глобално предизвикателство и основен фактор за глобалното затопляне и изменението на климата.

Всяка година ООН отчита нарастващи нива на въглероден диоксид (CO₂) и други парникови газове (ПГ) в атмосферата. През идните години променящите се глобални климатични модели ще доведат до по-екстремно и непредвидимо време, включително по-чести и интензивни бури, горещи вълни, суши и наводнения.

Докладът за глобалните рискове на Световния икономически форум за 2022 г. класира неуспеха на действията за климата и екстремните метеорологични условия като първите два сериозни риска в глобален мащаб през следващите 10 години.

Предприемаме стъпки за интегриране на проблемите в процеса на компанията. Следователно идентифицираме рисковете, породени от изменението на климата и последиците, които нашият бизнес има върху климата, както директно чрез нашите операции, така и непряко чрез нашата верига за доставки. Също така разбираме, че изменението на климата може да повлияе на достъпа ни до определени суровини поради природни опасности и бедствия, произтичащи от изменението на климата. Това ни мотивира да предприемем действия за намаляване на въздействието си върху природата и преход към нисковъглеродна икономика.

Докладваме ежегодно нашите рискове, свързани с климата, на CDP. Като член на Европейския пакт за климата, ние подкрепяме Европейската комисия в постигането на нейната цел да бъде първият климатично неутрален континент в света до 2050 г.



Производителност

Нашите цели за намаляване на емисиите бяха одобрени от инициативата за научнообосновани цели през 2021 г. като съответстващи на нивата, необходими за постигане на целите на Парижкото споразумение. Орифлейм се ангажира да намали абсолютните емисии на парникови газове от Обхват 1 и 2 с 50% до 2030 г. спрямо базова 2019 г. Орифлейм също така се ангажира да намали емисиите на парниковите газове от Обхват 3 с 22% за продадена единица за същия период от време.

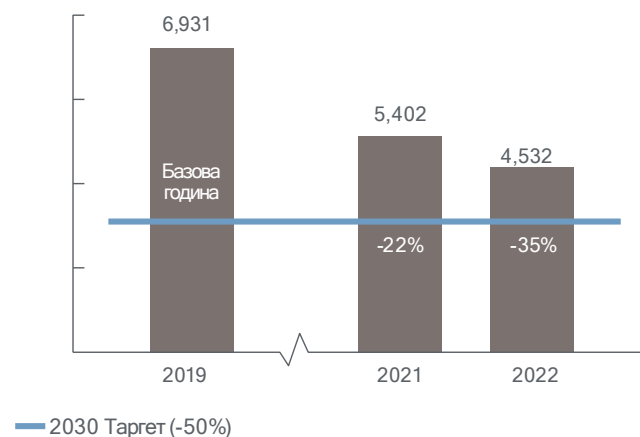
През 2022 г. намалихме нашите абсолютни емисии на парникови газове от обхват 1 и 2 с 35% от 2019 г. насам, а емисиите от обхват 3 на продадена единица намаляха с 19% от 2019 г. насам в емисиите през 2022 г. в сравнение с 2019 г. се дължи на намалението на единици през 2022 г.

Напредъкът ни към научнообоснованите цели ще се наблюдава ежегодно чрез нашия въпросник CDP Climate.

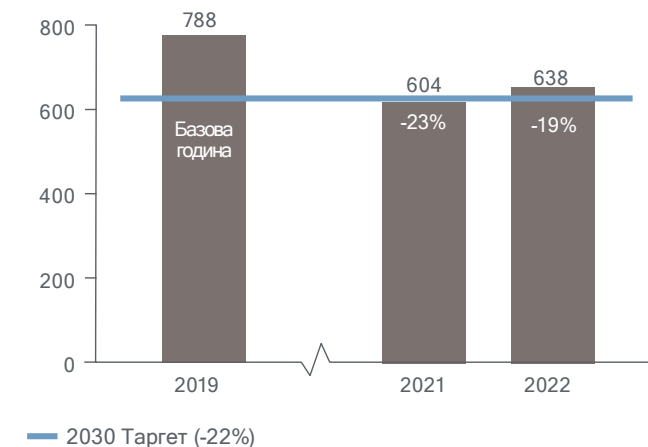
Разбивка на емисиите на парникови газове

Нашите основни източници на емисии на парникови газове в обхват 1 и 2 са горивото и централното отопление. Тъй като доставяме 100% възобновяема електроенергия, ние отчитаме това като нула тона CO₂e според пазарно базираната методология. В рамките на обхват 3 нашите най-големи източници на емисии на парникови газове са закупени стоки и услуги като готови стоки от външни доставчици и производство на каталози, но също и транспортиране и дистрибуция надолу по веригата.

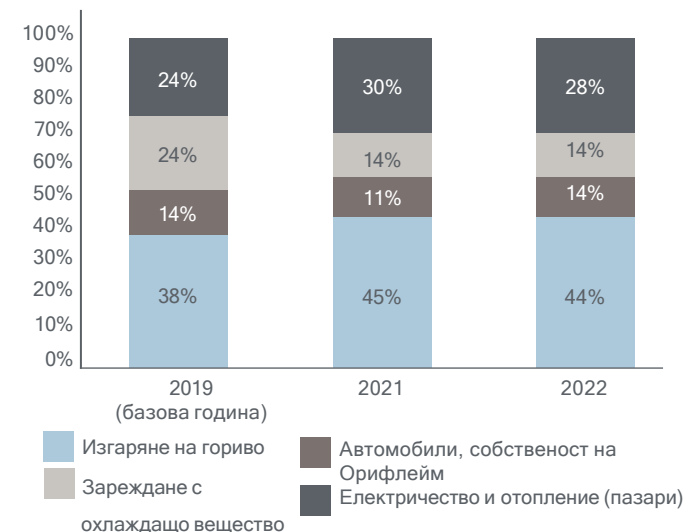
Обхват 1 и 2 емисии на парникови газове спрямо 2019 г. (базова година)
tCO₂e



Обхват 3 Емисии на парникови газове на продадена единица спрямо 2019 г. (базова година)
tCO₂e / милиона продадени бройки



Обхват 1 и 2 източници на емисии на GHG



Обхват 3 емисии на парникови газове съгласно нашите научнообосновани цели през 2022 г





Енергиен срив

Общото потребление на енергия в организацията е намаляло с 15% през 2022 г. до 40 000 MWh. По-голямата част от енергията идва от възобновяема електроенергия, но природният газ и централното отопление също са големи енергийни източници. Ние се ангажираме да намалим потреблението на енергия в нашите собствени производствени обекти* с 10% до 2030 г. от базовата 2019 г. През 2022 г. увеличихме потреблението на енергия на произведена единица с 32% спрямо базовата 2019 г. Това се дължи на въздействието на значителния спад в производствените ни обеми, докато потреблението на енергия остава почти подобно на миналата година. Ще продължим да прилагаме мерки за енергийна ефективност в нашите производствени обекти, за да постигнем нашата енергийна цел до 2030 г.

Климатичните действия

През последното десетилетие (2010-2020 г.) намалихме нашите абсолютни емисии на парникови газове (обхват 1, обхват 2 и части от обхват 3) със 76% чрез прилагането на програма за намаляване на емисиите в цялата компания.

Въведохме програма за енергиен одит в нашите производствени обекти с акцент върху енергийната ефективност, потреблението на вода и отпадъците. Това ни помогна да идентифицираме областите за подобрене и да създадем програми за пестене на енергия.

Според най-новите научни изследвания за климата повишаването на глобалната температура не трябва да надвишава 1,5°C в сравнение с прединдустриалните нива, за да се избегнат тежки последици от изменението на климата. Тази цел изисква емисиите да намалееят наполовина до 2030 г. Частният сектор играе важна роля и ние в Орифлейм се ангажираме да постигнем нашите научнообосновани цели. Нашите ключови инициативи са фокусирани върху намаляване на преките и косвените емисии от собствените операции, както и върху нашата верига за стойност и са обяснени по-долу.

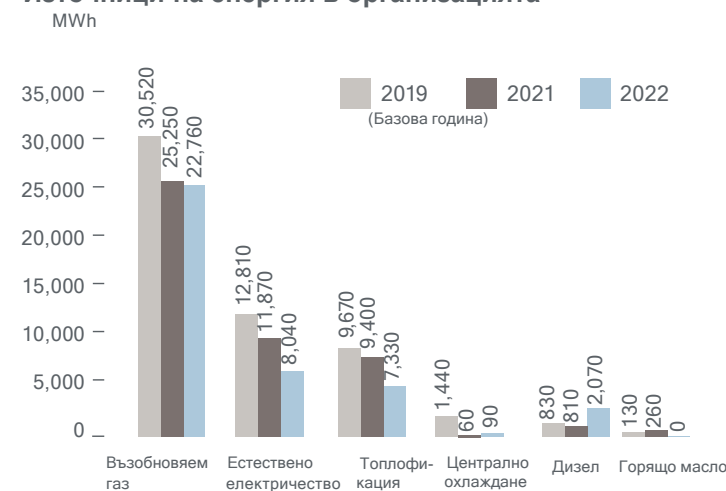
Енергийно ефективни сгради

През 2015 г. изградихме два нови производствени обекта в Ногинск, Русия и Рурки, Индия със сертификати LEED®. Това е сертификат за зелено строителство, който се признава в най-добрите практики за устойчиво строителство. През следващата година главният ни офис в Москва беше сертифициран по BREEAM - друг сертификат

за екологично строителство.. Нашият производствен обект в Полша беше оценен от Eco-Vadis - карта с показатели за оценка на екологичните, социалните и етичните рискове - и получи златен сертификат. В допълнение, производствените обекти в Полша и Русия имат сертификати за системи за управление на околната среда (ISO 14001:2015).

През 2022 г. внедрихме мерки за енергийна ефективност в нашия глобален център в Полша, което помогна за намаляване на емисиите на обекта с около 55% в сравнение с 2021 г.

Източници на енергия в организацията**



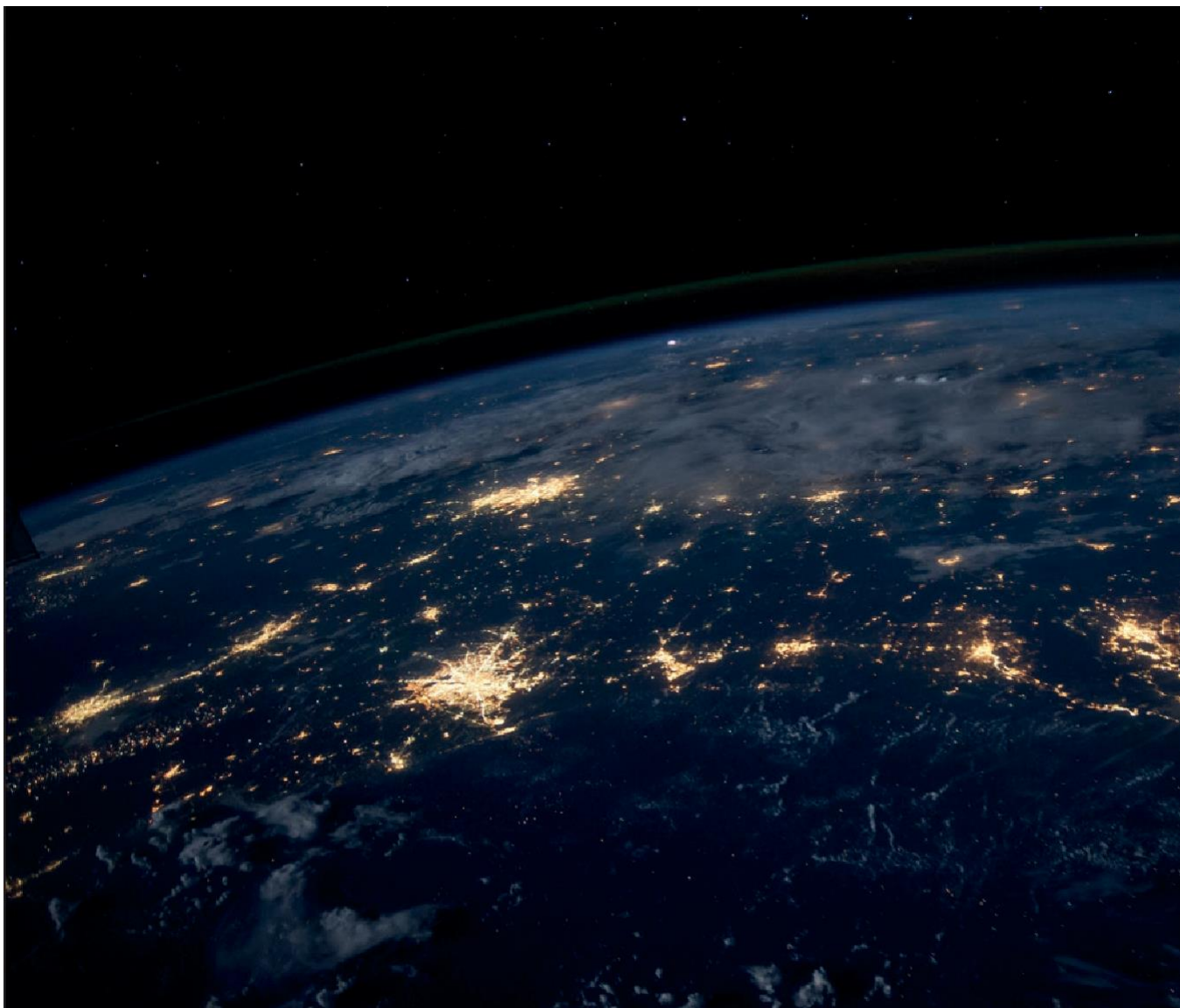
* Нашият производствен обект за Wellness в Кумай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни да правим оперативни подобрения.

** Числата са закръглени до най-близките 10.

100% възобновяема електроенергия в обектите

Нашата стратегия за енергийни източници се фокусира върху снабдяването с възобновяема електроенергия от доставчици чрез договори и закупуване на енергийни сертификати. Системата от слънчеви панели с капацитет 0,1 MW, инсталирана на производствената площадка в Полша през 2021 г., влезе в експлоатация през 2022 г. Слънчевите панели бяха инсталирани в нашата производствена площадка Wellness в Индия през 2014 г. и покриват около 5% от потреблението на фабриката към 2022 г. Енергията генерирана от възобновяеми източници в тези два обекта представлява 1% от общото потребление на електроенергия в нашите производствени обекти през 2022 г. До 2030 г. се стремим да увеличим дела на собствено произведената възобновяема електроенергия в нашите производствени обекти* до 10% от базова 2019 г.

За обектите, които не произвеждат или доставят директно възобновяема електроенергия, ние използваме сертификати за енергийни характеристики (EAC). EAC предоставят едно твърдение за възобновяема енергия и ни позволяват прозрачно да документираме възобновяемия произход на нашето потребление на електроенергия. В Европа използваме гаранции за произход (GO), а на другите континенти използваме международния стандарт REC (I-REC). От 2018 г. закупихме сертификати за енергийни характеристики за всички обекти, управлявани от Орифлейм (офиси, производствени обекти и складове). Произходът на това електричество е комбинация от вятърна енергия, слънчева енергия и водна енергия.



Логистична програма

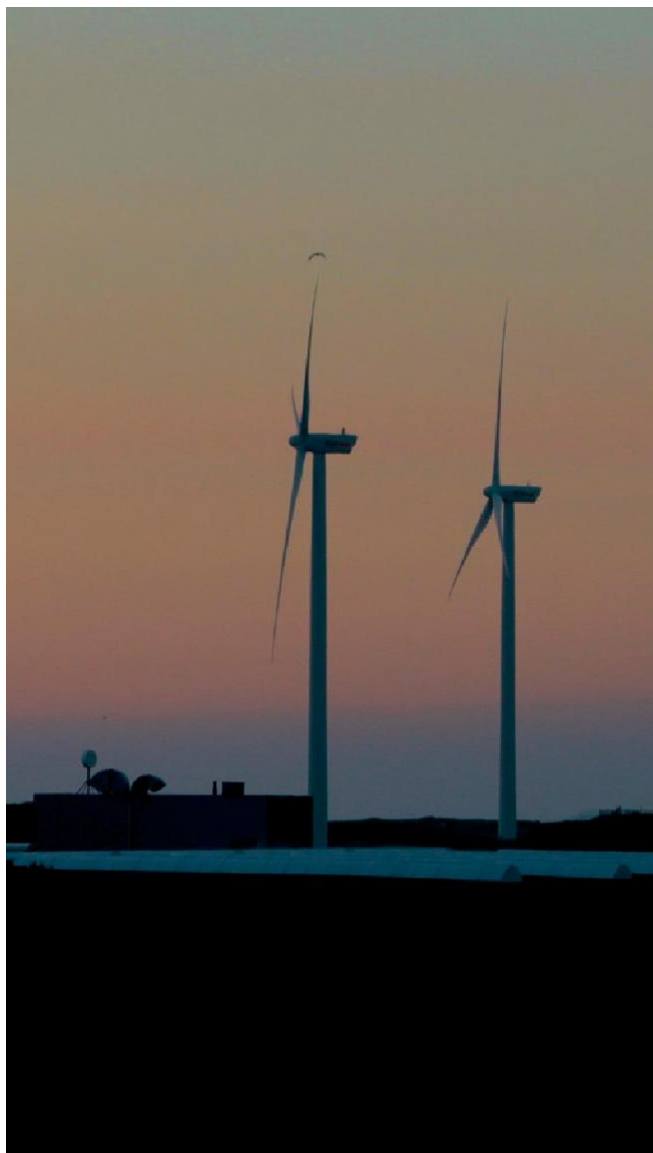
Разработихме логистична програма, за да консолидираме постепенно местните складове и да преместим снабдяването с продукти, отпечатването на каталози и глобалните дистрибуторски центрове по-близо до основните ни пазари. За първи път от 2010 г. нашите емисии от глобален логистичен транспорт се увеличиха с 5% на изпратено пале от 2010-2022 г.

През 2022 г. намалихме общия брой палета, използвани във въздушен, автомобилен и морски транспорт с 23% и оптимизирахме натоварването на кашони на пале. Въпреки това, поради увеличаването на въздушния транспорт, общите емисии на палета се увеличиха. Непрекъснато преглеждаме процедурите за опаковане и товарене, за да се побере повече във всеки камион и контейнер. При избора на автовози минимум 85% от замененото оборудване трябва да отговаря на екологичния стандарт Евро 4, Евро 5 или Евро 6.

По-добро опаковане

За да постигнем целите си за намаляване на емисиите до 2030 г., се фокусираме и върху намаляването на въздействието върху климата на нашите продуктови опаковки. Увеличаването на рециклираните материали в нашите опаковки, намаляването на теглото на опаковката на продукта и разработването на пълнители са някои примери за действията, които предприемаме, за да подобрим нашите опаковки, което впоследствие ще намали емисиите на парникови газове. Тези усилия ни помогнаха да предотвратим емисиите на 490 tCO₂e през 2022 г.





Неутрални по отношение на климата операции и събития

Бъдеще, в което светът се стреми да поддържа повишаване на средната глобална температура в рамките на 1,5°C, изисква инвестиции в проекти за улавяне на въглерод в допълнение към намаляването на емисиите.

От 2019 г. ние компенсираме ежегодно части от емисиите на парникови газове, които не можем да намалим (обхват 1, обхват 2 и избрани категории в обхват 3). За 2022 г. това беше направено чрез закупуване на въглеродни кредити в проекти за опазване на горите и възобновяема енергия в Перу, Китай, Турция и Индонезия.

През 2019 г. организирахме първите си неутрални по отношение на климата конференции и от 2020 г. се стремим всички наши регионални и глобални конференции да бъдат сертифицирани като неутрални по отношение на климата. Това се прави, като първо се определят количествено всички емисии на парникови газове от събитието съгласно Протокола за парникови газове, включително всички пътувания на присъстващите, храна, престой в хотел, потребление на енергия и т.н. След това изчисленията се валидират от трета страна, Южния полюс, за да се гарантира съответствие с тяхната сертификация за климатично неутрално събитие, определени от най-строгия стандарт PAS 2060. И накрая, прилагаме инициативи за намаляване на емисиите, за да намалим последващото въздействие върху климата. Компенсираме климата за емисиите, които не можем да намалим. През 2022 г. организирахме четири неутрални по отношение на климата конференции: Европейска среща на Топ лидерите, Родос; Глатна конференция, Дубай; Световен лидерски съвет; и Race for 55, Стокхолм.



*От Обхват 1, Обхват 2 и части от Обхват 3



КАЗУС

Проекти за компенсирание на климата 2022 г.

Опазване на горите в Перу

Проектът за опазване на горите Alto Huayabamba в Перу има за цел да намали емисиите чрез предотвратяване на обезлесяването и вместо това да запази естествените екосистеми, за да стимулира улавянето на въглерод. Проектът защитава много ендемични и застрашени животински видове, но също така и услугите, които силните и здрави екосистеми предоставят, например филтриране на прясна вода от река Huayabamba. Работейки ръка за ръка с местната общност, има и редица социални и икономически инициативи, които са от полза за семействата, живеещи в района. Чрез проекта Alto Huayabamba Forest Conservation, Орифлейм ще допринесе за непрекъснатото опазване на 9,78 хектара гора.



КАЗУС

Хидроенергия на река Асахан в Индонезия

Разположен на една от най-големите реки на Суматра, Асахан, проектът «Течаща река» използва силата на течащата вода за производство на възобновяема електроенергия. Премахвайки необходимостта от изграждане на язовир или резервоар, проектът запазва пейзажа, като същевременно захранва икономиката на Индонезия и подкрепя прехода на страната към възобновяема енергия. Докато осигурява чиста енергия за захранване на устойчивото развитие, проектът намалява емисиите на парникови газове, които иначе биха били генерирани от използването на изкопаеми горива, които в момента осигуряват голям дял от енергията за мрежата на Суматра. Съседните местни общности се възползват от увеличаване на работните места, както и от множество инициативи, финансирани от проекта, като инсталиране на съоръжение за питейна вода, учебни ресурси и реконструкция на училищния двор за близките училища.

В допълнение към горепосочените проекти, Орифлейм ще подкрепи и проекта Ulubelu Geothermal Power в Индонезия и проекти за вятърна енергия в Турция и Китай.



Опаковки

НАШЕТО ПЪТУВАНЕ С ОПАКОВКИТЕ

2009

Пуснахме първата опаковка за многократна употреба.

2011

Започнахме да внедряваме рециклирана пластмаса (PCR) в нашите опаковки.

2012

Пуснахме първа опаковка от PCR стъкло.

2014

Първи опити с материали на био основа.

2020

Лансира концепцията Greener Packs като ръководство за опаковъчни решения с намалено въздействие върху околната среда.

Пуснахме гамата Beautanicals с опаковки, съдържащи най-високо PCR съдържание във всичките ни гами. Бутилките са изработени от 100% PCR пластмаса.

Пуска на пазара първата спирава с опаковка от PCR пластмаса.

2021

Пуснахме няколко гами с логото на Greener Pack, напр. .SE с подобрена опаковка от 40% PCR стъкло и Optimals Urban Guard 3D с олекотени серумни бутилки и PCR материали в избрани бутилки, тубички и бурканчета.

2022

Пуснахме Feminelle пълнител, намаляващи пластмасовите опаковки със 73% в сравнение с оригиналната бутилка.



Опаковки

НИЕ СЕ СТРЕМИМ КЪМ ПО-УСТОЙЧИВИ РЕШЕНИЯ ЗА ОПАКОВАНЕ И НАМАЛЯВАНЕ НА ОТПАДЪЦИТЕ

Опаковката на продукта е важна част от потребителското изживяване и осигурява безопасна доставка на висококачествени продукти. Опаковките на продукти имат висок отпечатък върху околната среда, както по време на производство, така и по време на изхвърляне.

Опаковките представляват 11% от нашите емисии в рамките на инициативата за научнообосновани цели. Следователно действията за разработване на опаковки с намалено въздействие върху околната среда ще ни насочат към нашите цели за намаляване на емисиите до 2030 г. Нашата стратегия за опаковане е фокусирана върху пет ключови области:

1. Рециклирани материали

Глобалното производство и потребление на чиста пластмаса продължава да нараства - и с ограничения достъп до правилно изхвърляне на отпадъци, това води до световно замърсяване с пластмаса, което има последици за човешкото здраве, здравето на животните и нашия климат.

Ангажираме се да увеличим използването на рециклирани материали във всички наши продуктови опаковки. Основните ни първични опаковъчни материали са стъкло (48%) и пластмаса (40%). Ето защо се фокусираме върху преминаването към повече рециклирана пластмаса и стъкло (PCR). През 2022 г. въведохме вътрешни насоки за PCR в нашите козметични опаковки*, които ще движат бъдещото ни развитие в опаковането. Това включва ангажимент за използване на най-малко 30% PCR пластмаса в нови PET контейнери и 25% PCR стъкло в нови стъклени контейнери, когато това е технически осъществимо.

През 2022 г. 20% от нашите PET козметични опаковки са направени от PCR пластмаса. Освен това 13% от нашите PE и PET козметични опаковки идват от PCR пластмаса срещу ангажимента ни да достигнем 20% до 2022 г. Чрез използването на PCR материали намаляваме количеството използвани първични материали и допринасяме за кръгова икономика. PCR материалите обаче все още не са налични за всички видове пластмасови

*Приложимо за опаковки, разработени централно. Регионалните разработки са предмет на местна инфраструктура за рециклиране и разпоредби.

материали. Ето защо се стремим да използваме PCR материали, когато това е технически осъществимо, и постепенно ще увеличаваме количеството PCR в опаковките на нашите продукти. Избрахме да използваме PCR материали, които са в съответствие с индустриалните стандарти, за да гарантираме безопасни и качествени материали. През 2022 г. продължихме да внедряваме PCR пластмаса в нашите опаковки, най-вече в бутилки и бурканчета, включително обновената гама Love Nature и повечето продукти за грижа за кожата Waunt. Опаковките, съдържащи рециклирано стъкло или рециклирана пластмаса, варират между 25-100% от общата опаковка на продукта. До 2025 г. планираме да имаме значителен дял от пластмасови опаковки или от рециклирана след потребление (PCR) пластмаса, или от други устойчиви материали.

2. Възобновяеми материали

Възобновяемите материали, добивани по устойчив начин, са част от нашата стратегия. Замяната на ограничени и базирани на изкопаеми материали с отговорно управлявани възобновяеми материали може да намали емисиите на парникови газове, като същевременно намали зависимостта от ограничените ресурси. През 2022 г. 97% от нашите хартиени и картонени опаковки са получени от FSC сертифицирани източници** или рециклирани материали. Ще продължим да се стремим да доставяме 100% хартиени и картонени опаковки от FSC сертифицирани източници** или рециклирани материали до 2025 г.

3. По-малко опаковки

Стремим се всяка година да намаляваме общото тегло на опаковъчния материал, използван в нашите продукти. Въздействието върху околната среда на опаковката на продукта може да бъде намалено чрез подобряване на дизайна на опаковката. През 2022 г. взехме съзнателно решение да премахнем листовките от някои продукти за грижа за кожата. Работим, за да намерим баланс между по-лека опаковка и издръжливост. Никога не правим компромис с качеството на нашите опаковки. Когато разработваме по-леки опаковки, винаги се провеждат тестове, за да се гарантира, че качеството на опаковката е одобрено и отговаря на нашите стандарти за опаковане.

4. Пълнители

Опаковките за многократна употреба увеличават жизнения цикъл на продукта, тъй като основната опаковка може да се пълни и използва повторно няколко пъти. Системите за презареждане използват по-малко материали и следователно намаляват отпадъците от опаковки, но също така изискват ангажимента на потребителя да ги презарежда и използва повторно. Преминването към многократно зареждане не означава, че правим компромис с качеството или безопасността на нашите продукти. През 2022 г. пуснахме продукти за интимна грижа Feminelle с опаковки, които използват 73% по-малко пластмаса от нова бутилка. Това доведе до намаляване на 107 тона необработена пластмаса.



*Приложимо за централно разработени опаковки. Регионалните разработки са предмет на местна инфраструктура за рециклиране и разпоребди.

**Източникът е дефиниран като фабрика за хартия

5. Възможност за рециклиране

Възможността за рециклиране на опаковките, особено на пластмасовите, е сложна тема и изисква новаторски редизайн и опаковъчни решения. Оценихме нашето портфолио от опаковки през 2022 г. в съответствие с насоките за индустриален дизайн за рециклиране и разработихме наши указания за рециклиране. Някои от тези указания включват използване на безцветни опаковки, използване на мономатериали или компоненти, направени от съвместими материали. Стремим се да направим нашите опаковки рециклируеми, с цел да могат да бъдат изхвърлени отговорно там, където има съоръжения за рециклиране. През 2022 г. постигнахме 71% от опаковките на козметични и уелнес продукти, проектирани да могат да се рециклират според указанията на Орифлейм за рециклиране. До 2025 г. се стремим да достигнем 75%.

По-екологични пакети

За да помогнем на потребителите да направят правилния избор и да улесним търсенето на устойчиви решения за опаковане, разработихме логото Greener Packs като ръководство за нашите решения за опаковане с намалено въздействие върху околната среда. Продуктите с подобрена опаковка имат лого Greener Packs, ако е изпълнено поне едно от изискванията по-долу:

- Главната опаковка е направена от поне 25% или повече рециклирани материали
- Първична опаковка е със сертифицирана хартия и картон

- Главната опаковка е направена от минимум 20% материали на биологична основа с устойчив произход
- Главната опаковка е направена с 20% по-малко материал спрямо теглото в сравнение с предишната опаковка
- Многократно пълнене

Намаляване на отпадъците в нашата стойностна верига

Пазари, на които липсва инфраструктура за рециклиране, голяма част от опаковките на нашите продукти завършват в депо за отпадъци. Това е проблематично, тъй като неуправляемите депа създават много вредни газове и замърсители, включително метан - особено мощен парников газ. Освен това на много от нашите пазари има неофициални депа за отпадъци, които допринасят за замърсяването на улиците и замърсяването на водните потоци и евентуално на океаните. Ние сме наясно с мащаба на отпадъците и сме решени да се справим с този проблем. Голяма част от нашия напредък ще дойде от създаването на по-добри, по-ефективни опаковки от самото начало. На фокус са премахването на ненужни опаковки, повторна употреба на материали, където е възможно и избор на по-устойчиви материали като възобновяеми и рециклирани материали. През 2022 г. Индия, Индонезия и Украйна стартираха програми за рециклиране и събиране на празни бутилки от бренд партньори в събирателни пунктове в цялата страна.



Управление на отпадъците в производствените обекти и дистрибуторските центрове

За да се справим с въздействието на генерираните отпадъци, разглеждаме нашите дейности, които допринасят за по-голямата част от генерирането на отпадъци в нашите производствени обекти. Като компания за красота, козметичните суровини и опаковъчните материали са основни входящи материали по време на производствените процеси като доставка на материали, разработване на продукти и опаковане. Суровините се използват във формулите на продукта и генерират предпроизводствени отпадъци поради смяна, брак и разливане.

През 2022 г. около 6% от общите отпадъци, генерирани в производствените обекти*, са били опасни отпадъци. Гарантираме, че опасните отпадъци се изхвърлят и обработват в съответствие с местните разпоредби за отпадъците. Рециклируемите отпадъци и битовите отпадъци се рециклират и компостират. През 2022 г. изпълнихме нашата цел и имаме нулеви отпадъци, генерирани в нашите производствени обекти*. 72% от отпадъците (с изключение на опасните) са изпратени за рециклиране. Ние се ангажираме да имаме нулеви отпадъци ще продължим да преследваме тази цел. До 2030 г. имаме за цел да рециклираме 100% от отпадъците (с изключение на опасните отпадъци), генерирани в нашите производствени обекти*.

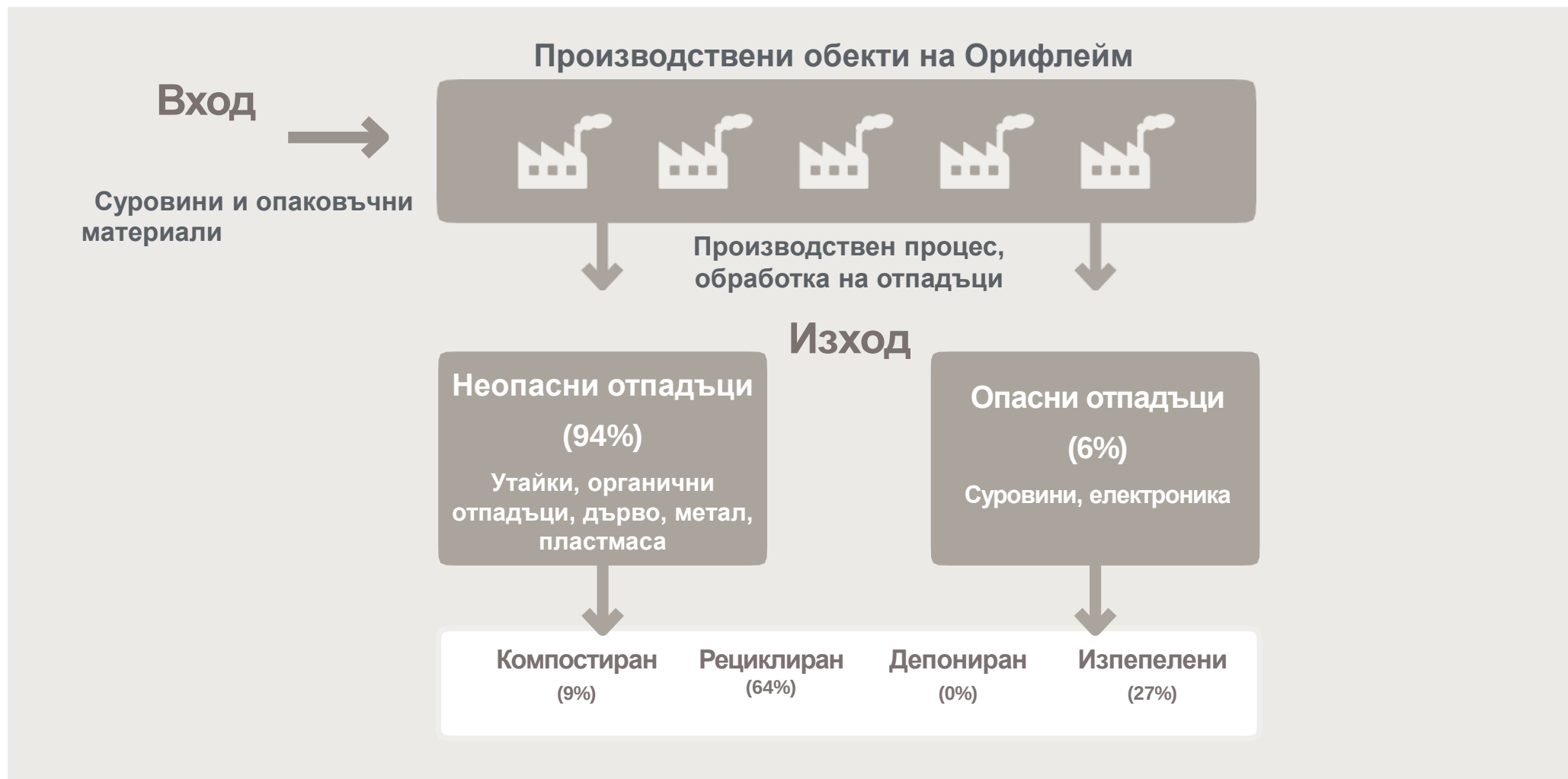
**Нашата уелнес фабрика в Китай не беше включена в целевата настройка поради ниските производствени обеми по това време и следователно не беше включена в резултатите.*

През 2022 г. въведохме мерки за циркулярност в използването на материали в нашия централен склад в Полша и регионалните дистрибуторски центрове в Индия. В резултат на това използвахме повторно картонените кутии на нашите доставчици,

тежащи приблизително 140 тона, и около 200 тона отпадъчна хартия бяха изпратени за рециклиране в тези обекти, което доведе до значителни спестявания на ресурси и разходи.



Поток на процеса на отпадъци в производствените обекти





Формулировки

2011

Заменен синтетичен алкохол с естествен производ.

2012

Стартира Ecobeautey - първата глобална гама козметика, която си партнира с четирите независими глобални организации за устойчива и екологична отговорност: Fairtrade®, Ecocert®, The Vegan Society™ и Forest Stewardship Council (FSC).

Пуснахме първия в света душ гел със 100% отделено палмово масло - Swedish Spa Shower Gel*.

2013

Пуснахме първата ни гама, съдържаща растителни стволни клетки.

2016

Стартира отново Ecobeautey с акцент върху органичните сертифицирани продукти.

2017

Присъединихме се към инициативата Responsible Mica

2019

Стартира отново грижа за кожата Love Nature с екстракти и масла от органичен производ, без силикони и парабени, биоразградими продукти за измиване и ексфолианти от естествен производ.

2021

Пуснахме в продажба NovAge Skinrelief - нашата първа премиум гама грижа за кожата, разработена с помощта на нашия шведски балансиран подход. Пуснахме първите си вегански* продукти, заместващи хранене. Пуснахме първия си шампоан - разработен да бъде по-концентриран от традиционния шампоан и следователно използва по-малко вода и опаковъчни материали. Формулиран е да бъде биоразградим и не съдържа силикони и парабени.

2020

Стартирахме гама Beautanicals - първата гама за тяло на Орифлейм, одобрена от The Vegan Society™. Всички формули за измиване са биоразградими и продуктите са формулирани без парабени, силикони и минерални масла. Пуснахме в продажба Baby O - ексклузивна бебешка гама с 95% естествени съставки и одобрена от педиатър.

2022

Преработихме нашата емблематична Нежна грижа с 99,9% формула с естествен производ. Пуснахме Waunt - нашата първа цялостна гама грижа за кожата, сертифицирана от The Vegan Society™.

*Продуктът вече не е в продуктовото ни портфолио.

**Сертифицирано от The Vegan Society™.



Формулировки

ФИЛОСОФИЯ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРОДУКТИ - ОТГОВОРЕН ПОДХОД

Нашите продуктови формули имат въздействие върху околната среда по време на производството, както и по време и след потребителска употреба. Ето защо трябва да вземем правилните решения относно това кои съставки избираме, както и как и откъде ги доставяме.

Нашата философия за разработване на продукти

Тъй като сме от Швеция, имаме различен и холистичен поглед върху красотата. За нас не е важно само как изглеждате, но и как живеете, чувствате и действате. Вярваме в отговорната красота, създавайки безопасни продукти, които са вдъхновени от природата и създадени със силата на науката. Философията ни за разработване на продукти е как проектираме и създаваме всички наши продукти за красота, за да вдъхнем живот на Beauty by Sweden. В основата на тази философия е нашият шведски балансиран подход, при който всички продукти са разработени да бъдат:

- Изпълнение - винаги да изпълняват и доставят това, което обещават
- Безопасно - да работи в хармония с тялото, кожата и ума ви

- Отговорно - уважавайки нашата планета и обществото като цяло

Партньорство с природата

Природата и съставките от природата играят важна роля в нашата философия за разработване на продукти. Уважението ни към природата означава, че не използваме съставки, извлечени от защитена или застрашена флора и фауна. Ние бяхме една от първите козметични компании в света, която използва съставки, произхождащи директно от природата. Например, вместо да използваме синтетичен алкохол на петролна основа в нашите продукти, ние използваме алкохоли с естествен произход, които най-често идват от ферментирани зърна - чудесен пример за насърчаване на използването на естествени суровини и намаляване на въздействието върху околната среда. Също така имаме голямо портфолио от естествени съставки, включително екстракти, масла, восъци и масла, и използваме само ексфолианти с естествен произход в нашите ексфолиращи продукти. Търсим вдъхновение в природата по време на етапа на концепцията и разработваме нови формули с етично и екологично отговорни съставки. Например, търсене на устойчиви активни вещества против стареене ни накара да разработим собствена патентована технология, която осигурява производителност, като същевременно отчита въздействието върху околната среда.



Фокус върху съставките

Разработването на продукти започва със съставките. Работим активно с нашите партньори, за да търсим вълнуващи нови съставки, съобразени с Орифлейм. Стремим се да използваме само съставки, които поддържат нашите фокусни области за ефективност, безопасност и отговорност за нашите козметични и уелнес продукти.

Избираме съставки с потенциално отрицателно въздействие върху околната среда и постепенно премахваме употребата на фталати и пластмасови микрозърна/блясъци от измиващите козметични продукти. Съвсем наскоро в нашите козметични разработки, активно премахваме оксибензон-3 поради признатото въздействие върху околната среда. Също така премахнахме триклозан в световен мащаб поради опасения за безопасността и се ангажирахме постепенно да премахнем парабените и съставките освобождаващи формалдехид.

Винаги гарантираме, че нашите съставки не произлизат от застрашени източници или материали. В допълнение, нашите съставки не са получени от суровини за генетично модифицирани организми (ГМО). Никога не използваме директни животински съставки в нашите козметични формули.

За определени съставки, които са ключови за козметичната индустрия, като палмово масло и слюда, ние сме възприели прагматичен и проактивен подход при снабдяването. Като такива, си партнираме с The Roundtable за устойчиво палмово масло (RSPO) и Инициативата за отговорна слюда (RMI) и обмисляме други



надеждни партньорства.

Разбиране на нашите съставки

Нашите експерти преглеждат козметичните и хранителните съставки от гледна точка на безопасност и устойчивост, включително следното:

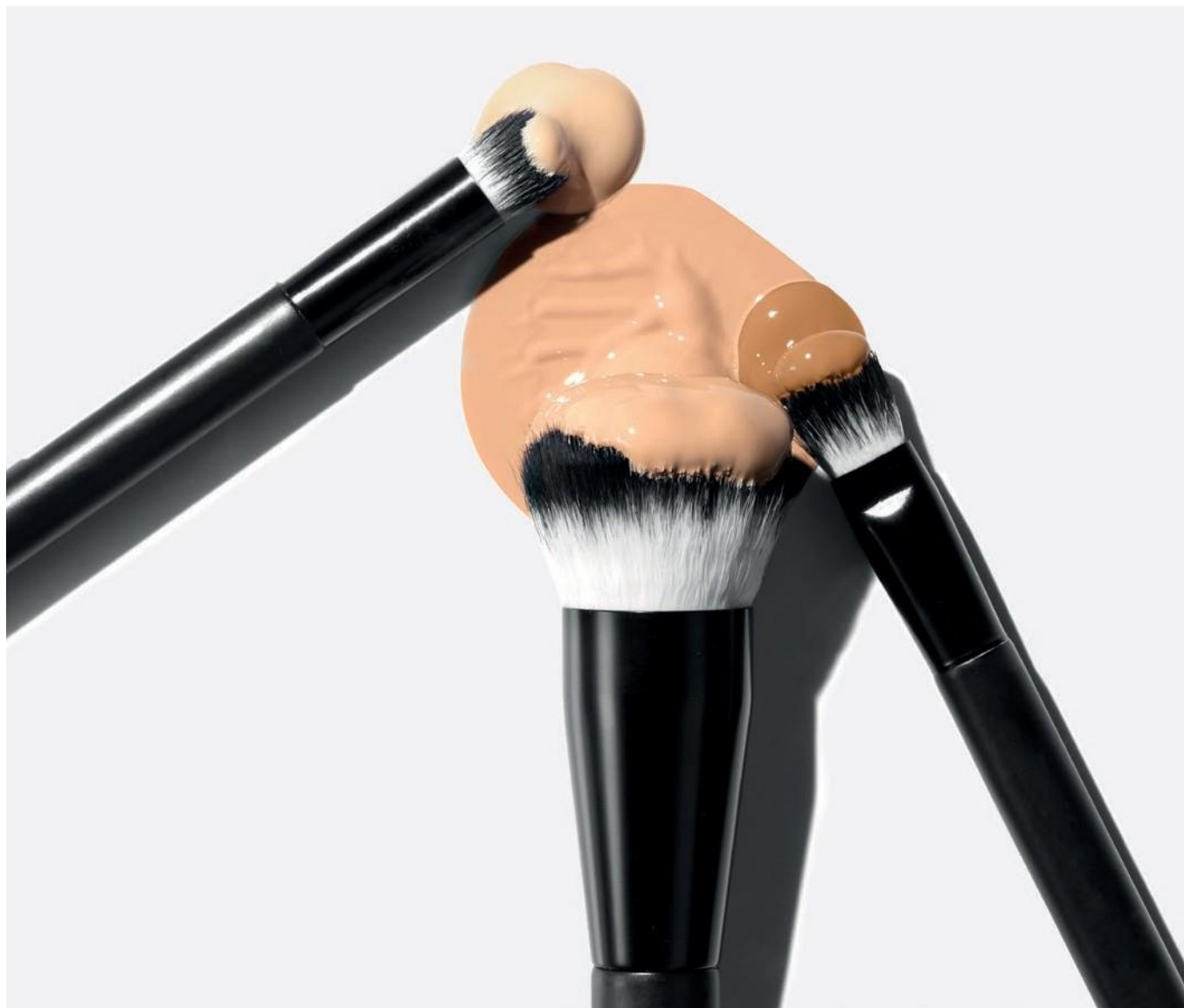
- **Естественост:** това се отнася до произхода и определя дали съставката идва директно от природата или е обработена по някакъв начин - като физическо пресоване на масло от авокадо или биотехнически процес като ферментация.
- **Въздействие върху околната среда:** това включва проверка дали дадена съставка идва от застрашено растение/екосистема и оценка на нейната биоразградимост и потенциална водна токсичност.
- **Етично въздействие:** гарантираме, че нито една съставка не съдържа ГМО.

- **Проследяемост:** започнахме да работим с нашите партньори, за да проследим страната, в която са отгледани нашите естествени съставки.

Непрекъснато следим научните доклади по проблемите за околната среда, за да сме актуални и информирани. Чрез изграждането на това холистично разбиране на нашите съставки знаем къде и как да предприемем най-въздействащите действия.

Подобряване на формулата в продукта Нежна Грижа

Нежна грижа е един от нашите най-емблематични продукти, омокотяващ и защитаващ сухи ръце, кожички и устни чак до 70-те години на миналия век. Преработихме формулата, за да бъде формула с 99,9% от естествен произход.



В него ще намерите естествена смес от масла, включително слънчогледово и рициново масло вместо минерални масла. Съдържа още витамин Е и натурален пчелен восък. Продуктът е също толкова невероятен, колкото беше и преди, само малко по-устойчив.

Продуктово развитие на аксесоари

В допълнение към козметичните и уелнес продукти, имаме също набор от аксесоари в нашето продуктово портфолио, които проектираме и създаваме в съответствие със същата философия за разработване на продукти и нейните три фокусни области: Ефективност, Безопасност и Отговорност. Непрекъснато се стремим да създаваме нашите аксесоари от материали, които поддържат тези фокусни зони.

Занимаваме се с материали, които биха могли да имат потенциално отрицателно екологично или социално въздействие, и винаги гарантираме, че използваните от нас материали не идват от застрашени източници и никога не използваме директно животински материали. През 2022 г. подобрихме профила на защитното външно пластмасово покритие, използвано за определени продукти, като гарантираме, че всички са направени от 100% рециклирана пластмаса*.

Активно увеличаваме използването на рециклирани материали във всички наши продукти, включително пластмаса, текстил и метал, и всъщност включваме елемент на рециклиране във всеки продукт, който пускаме.

Също през 2022 г. сертифицирахме нашата нова гама четки за грим, THE ONE, с The Vegan Society™.

* С изключение на пили за крака, които изискват по-здрава опаковка

Хранителни продукти – водени от научна експертиза

Докато разширявахме продуктовото си предлагане в категорията хранителни продукти, през 2020 г. сформирахме Съвет по хранене, състоящ се от собствения екип на Орифлейм от опитни диетолози, които ръководят разработването на продукти и предлагат обучение по хранене на пазарите.

През 2022 г. сформирахме независим научен консултативен съвет, включващ международни изследователи в областта на храненето и здравето, включително управление на теглото, чревното здраве, микробиома и здравословно остаряване.

Философията на храненето

Философията на храненето е разработена от нашия вътрешен Съвет по хранене и служи като инструмент за иновации и разработване на нови продукти. Той също така формира научната основа за нашите комуникационни и образователни инициативи като Wellness Клуб и подхода Кожа-Тяло-Ум. Философията на храненето се състои от следните три стълба:

Вдъхновени от скандинавския начин на хранене

Черпим вдъхновение от принципите на известния скандинавски начин на хранене, който се фокусира върху местни, сезонни, храни от скандинавските страни и е известен с многото си ползи за здравето. Ето защо насърчаваме хранителни вещества, които много хора не ядат достатъчно

или в правилното съотношение (като протеини, фибри, омега 3, микронутриенти, фитонутриенти). Ограничаваме хранителните вещества, когато високият прием е свързан със заболяване (като калории, наситени мазнини, трансмазнини, сол, захар). Където е възможно включваме в нашите продукти съставки на скандинавската диета като горски плодове и зеленчуци. Вярваме, че трябва да обичате ежедневието си и затова се стремим да предложим наистина вкусно изживяване. Ние избираме съставки без ГМО и избягваме изкуствени оцветители, аромати и консерванти.

Подкрепено от най-новите изследвания върху храненето

Съставките, които използваме, се основават на науката и експертното мнение на нашия вътрешен съвет по хранене и външния научен

консултативен съвет. Нашите продукти са разработени в съответствие с международните насоки за хранене и отговарят на законодателството на ЕС и/или местното законодателство. Нашите съставки се доставят в оптимална доза, за да осигурят доказани ползи за здравето и да гарантират безопасна ежедневна консумация.

Устойчиво хранене

Устойчивото хранене е здравословно както за хората, така и за планетата. Гарантираме, че нашите продукти са с високо хранително качество и допринасят за доброто здраве. Също така се стремим да използваме съставки на растителна основа и устойчиви източници, когато е възможно.



Хуманно отношение към животните

Ние се ангажираме да разработваме продукти, които отговарят на нашите собствени социални и етични стандарти и тези на нашите клиенти. Имаме високи стандарти за всички съставки, които доставяме:

- Използваме само отговорно добити животински продукти - като пчелен восък и мед, ланолин (секрет от животни, носещи вълна) и млечни продукти.
- Не използваме съставки, добити от животни (козина/кожа) в нашите аксесоари. Освен това, ние се фокусираме върху използването на синтетичен косъм в нашите четки.
- Използваме рибено масло от устойчиво управлявани запаси в нашата гама хранителни добавки Wellness. Никога не сме тествали нашите продукти или съставки върху животни на нито един етап от разработването на продукта.
- Освен това, продължаваме да разширяваме нашите вегански предложения, за да предоставим на потребителите избор.

Работим с The Vegan SocietyTM и комуникираме продукт като веган само ако е регистриран във The Vegan SocietyTM.

През 2013 г., повече от 40 години след като Орифлейм за първи път се противопостави на използването на тестове върху животни, ЕС забрани продажбата на козметика, която е тествана върху животни.

Това означава, че от 2013 г., нито един козметичен продукт или съставка не може да бъде тествана върху животни. За съжаление, този подход не



винаги се следва в световен мащаб. Данните от тестове, получени чрез тестове върху животни, може да бъдат изискани от местните власти, за да регистрират законно продукт на техния пазар, в съответствие с местните закони и разпоредби. За повече подробности вижте нашата Политика за хуманно отношение към животните на нашия корпоративен уебсайт. [Animal Welfare Policy on our corporate website.](#)

Активно участие в индустриални форуми

През 2022 г. се присъединихме към нов индустриален консорциум, насочен към насърчаване на използването на алтернативи без тестване върху животни. Консорциумът се нарича Международно сътрудничество за безопасност на потребителите (ICCS) и ние сме един от 35-те членове, заедно с други големи брандове и неправителствени организации.

Нашето членство ни позволява да бъдем в челните места на най-новите алтернативи на тестовете върху животни, подкрепяйки нашата философия за разработване на продукти.

Освен това през 2021 г. се присъединихме към консорциума EcoBeautyScore, глобална инициатива за оценка и демонстриране на въздействието върху околната среда на козметичните продукти. Целта е да се помогне на потребителите да направят по-информиран избор по отношение на устойчивостта на тяхната козметика. Като пълноправен корпоративен член, Орифлейм проактивно реагира на нарастващото потребителско търсене за по-голяма прозрачност относно въздействието върху околната среда на продуктите, които купуват. Това членство демонстрира нашия ангажимент към отговорен подход към философията за разработване на продукти.



КАЗУС

Биоактивираща технология от естествен произход

Нашата шведска лаборатория за изследвания и иновации в Стокхолм разработи технология за грижа за кожата от естествен произход, Bio Re:Barrier. Кулминация на повече от две години работа, скрининг на множество растения, произхождащи от Скандинавия, и оценка на потенциала им за подобряване на кожата в лабораторията, Bio Re:Barrier съчетава два органични екстракта от студено пресовани плодове на черна боровинка и кора от бреза.

Най-новата ни патентована иновация в грижата за кожата се нарича биоактивираща технология: такава, която задейства собствените биологични функции на кожата, за да ѝ помогне да се укрепи, възстанови и регенерира. Със силна антиоксидантна и

противовъзпалителна способност, Bio Re:Barrier повишава индекса на хидратация на кожата, повишава колагена и запазва структурата на кожата, което води до еластична, по-стегната и по-здрава кожа. За по-нататъшна оценка на неговата ефективност, Bio Re:Barrier е сравнен с ниацинамид при клинично тестване. Ниацинамидът се счита за „златен стандарт“ активна съставка с множество ползи за кожата. Резултатите показват, че Bio Re:Barrier осигурява по-добра ползва за кожата от Ниацинамида, но в по-ниска концентрация. Подробности за тестването и резултатите бяха публикувани тази година от нашите учени в специално издание на „International Journal of Molecular Sciences“.

*Int. J. Mol. Sci. 2022, 23, 12507



Цели и ангажименти



Вода

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
1. Да имаме 100% формулировка за биоразградими* продукти за грижа за кожата и лична хигиена.	2025	14 LIFE BELOW WATER 	100%	100% от новите измиващи се продукти за грижа за кожата и лична хигиена са формулирани да бъдат биоразградими през 2022 г.	В процес
2. Намаляваме потреблението на вода, произведена в нашите собствени производствени обекти** с 10% спрямо базовата 2019 година.	2030	14 LIFE BELOW WATER 	+13%	През 2022 г. увеличихме потреблението на вода с 13% спрямо базовата 2019 г. Основната причина за резултатите е увеличаването на производството на водно-интензивни външни продукти. Ще продължим да прилагаме подобрения на водата в нашите производствени обекти, за да постигнем нашата цел до 2030 г.	В процес

*Исторически погледнато, тествахме няколко от нашите измивни продукти, за да потвърдим тяхната биоразградимост. В бъдеще биоразградимостта ще се оценява на ниво съставка, където 90% от въглеродната основа трябва да бъде биоразградима въз основа на метода, разработен от OECD или подобен.

** Нашият производствен обект за Wellness в Китай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни за оперативни подобрения.



Гора

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
1. Да имаме 100% продукти на хартиена основа (каталози и продуктови опаковки) сертифицирани от устойчиво управлявани гори или от рециклирани суровини.	2025	15 LIFE ON LAND 	97%	97% от продуктите на хартиена основа (каталози и продуктови опаковки) идват от сертифицирани устойчиви източници* или от рециклирани суровини. Това изключва 2% от обемите с произход, свързан с Русия, където FSC спря дейността си през 2022 г. и следователно всички валидни твърдения за сертифициране остават непроверени.	В процес
2. Да разполагаме със 100% продукти на хартиена основа (каталози и опаковки на продукти) с видимост на веригата за доставки до страната на произход и до ниво завод.	2025	15 LIFE ON LAND 	97%	През 2022 г. 97% от продуктите на хартиена основа (каталози и продуктови опаковки) са имали видимост на веригата за доставки до ниво завод.	В процес
3. Да има 100% продукти на хартиена основа (каталози и продуктови опаковки), проследими до страната на произход.	2025	15 LIFE ON LAND 	99%	През 2022 г. 99% продуктите на хартиена основа (каталози и опаковки на продукти) са били проследими до страната на произход. Останалият 1% идва от неизвестен/недеклариран произход от доставчиците, където обемите не могат да бъдат проследени до никоя държава.	В процес

*Източникът е дефиниран като фабрика за хартия.



Гора

	Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
4.	Да доставяме 100% палмово масло и суровини на основата на масло от палмови ядки, използвани в нашето собствено производство, на подизпълнители от сертифицирани устойчиви източници.	2025		89%	През 2022 г. 89% от общия обем производни на палмово масло и суровини на базата на масло от палмови ядки, използвани в нашето собствено производство, идват от физически сертифицирани устойчиви източници (RSPO Mass Balance). Останалата част от нашето потребление (11%) ще бъде покрита от RSPO Book & Claim Credits.	В процес
5.	Всички суровини на основата на палмово масло и масло от палмови ядки, използвани в нашето собствено производство, възложени на подизпълнители, ще бъдат 100% проследими до ниво завод.	2030		48%	През 2022 г. успяхме да постигнем видимост на веригата за доставки до ниво завод за нашите подизпълнители. В резултат на това 48% от общите ни обеми (2448 тона) производни на палмово масло и масло от палмови ядки бяха проследими до ниво завод.	В процес
6.	100% от другите горски материали*, включително целулоза и недървесни горски материали, ще бъдат проследими до ниво държава.	2025		Ново	През 2022 г. разработихме и пуснахме публично ангажимента на Oriflame Forest, който заменя предишния ни ангажимент за отговорно снабдяване с хартия. Включва както дървени материали, така и недървесни горски материали. Тези цели са нови и ние се стремим да започнем да работим по тях през 2023 г.	В процес
7.	До 2030 г. нашият списък с приоритети** ще се доставя по устойчив начин, като се справя с рисковете от обезлесяване и ще бъде проследим до произхода на суровината.	2030		Ново	През 2022 г. разработихме и пуснахме публично ангажимента на Oriflame Forest, който заменя предишния ни ангажимент за отговорно снабдяване с хартия. Включва както дървени материали, така и недървесни горски материали. Тези цели са нови и ние се стремим да започнем да работим по тях през 2023 г.	В процес

* Други горски материали включват акация, бамбук, какао, кокос, кафе, памук, зърно, палми (производни на палмово масло и масло от палмови ядки), ориз, соя и чаено дърво

** Приоритетният списък с рискови за горите материали включва кокос, ориз и соя



Вода

Гора

Климат

Опаковки

Формулировки

Цели и ангажименти



Климат

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
1. Намаляване на абсолютните емисии на парникови газове от Обхват 1 и 2 с 50% спрямо базовата 2019 г.	2030	13 CLIMATE ACTION 	-35%	Орифлейм се ангажира да намали абсолютните емисии на парникови газове от Обхват 1 и 2 с 50% през 2030 г. спрямо базовата 2019 г. Тази цел беше одобрена от инициативата Научно базирани цели като съвместима с целите на Парижкото споразумение. До края на 2022 г. постигнахме 35% намаление от 2019 г.	В процес
2. Намаляване на емисиите на парникови газове от обхват 3 с 22% на продадена единица от базовата 2019 г.	2030	13 CLIMATE ACTION 	-19%	Тази цел беше одобрена от инициативата Научно базирани цели като съвместима с целите на Парижкото споразумение. До края на 2022 г. постигнахме 19% намаление на продадена единица от 2019 г. насам. Намалението се дължи главно на намаление на продажбите поради въздействието върху бизнеса от руско-украинския конфликт и Свързани с пандемията Covid-19 ограничения в Китай.	В процес
3. Намаляване на потреблението на енергия за единица, произведена в нашите производствени обекти* 10% от базова 2019 г.	2030	13 CLIMATE ACTION 	32%	През 2022 г. увеличихме потреблението на енергия на произведена единица с 32% спрямо базова 2019 г. Ще продължим да прилагаме мерки за енергийна ефективност в нашите производствени обекти, за да постигнем нашата енергийна цел до 2030 г.	В процес
4. Сменяне на охлаждащите вещества в нашите собствени производствени обекти* с фактор GWP по-висок от 750.	2030	13 CLIMATE ACTION 	Ново	Внедрено е използването на R454B като охлаждащо вещество.	В процес
5. Увеличете дела на собствено произведената възобновяема електроенергия в нашите производствени обекти* с 10% от базова 2019 година.	2030	13 CLIMATE ACTION 	1%	През 2022 г. 1% от потреблението на електроенергия в нашите производствени обекти идва от слънчеви панели, инсталирани и в двата обекта в Индия и Полша. Очакваме дялът на производството на електроенергия от възобновяеми източници да се увеличи занапред.	В процес

* Нашият производствен обект за Wellness в Китай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни за оперативни подобрения.



Климат

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултат	Коментар	Статус
6. Стремим се към сертифициране по схемата за зелено строителство LEED® за всички нови конструкции и големи ремонти и се стремим към екологична ефективност във всички наши помещения.	Година за година		N/A	През 2022 г. няма извършено ново строителство и основен ремонт	В процес
7. Ще сертифицираме всички регионални и глобални конференции като неутрални по отношение на климата.	Година за година		N/A	През 2022 г. организирахме три глобални конференции за нашите бренд партньори. Конференциите бяха сертифицирани като климатично неутрални събития съгласно стандарта PAS 2060 от трета страна, Южен полюс.	Постигнато
8. Продължаваме да купуваме възобновяема електроенергия в обекти, управлявани от Орифлейм.	Година за година		100%	Нашата стратегия за енергийни източници се фокусира върху снабдяването с възобновяемата електроенергия от доставчици чрез договори. За всички обекти, управлявани от Орифлейм (офиси, производствени обекти и складове), които не произвеждат или доставят възобновяема електроенергия директно, ние съпоставяме нашето потребление на електроенергия с Гаранции за произход (GO) в Европа и Международния стандарт REC (I-REC) за други континенти. Произходът на това електричество е комбинация от вятърна енергия, слънчева енергия и водна енергия.	Постигнато
9. Продължаваме да компенсираме климата за части от емисиите на парникови газове на Орифлейм (Обхват 1, Обхват 2 и части от Обхват 3), за да имаме неутрални по отношение на климата операции.	Година за година		100%	През 2022 г. закупахме въглеродни кредити за емисии, които не можахме да намалим, и климатът ще компенсира части от нашите емисии на парникови газове (обхват 1, обхват 2 и части от обхват 3).	Постигнато



Опаковки

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
1. Използваме най-малко 20% рециклирана (PCR) пластмаса в нашите PE и PET козметични опаковки.	2025	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	13%	13% от нашите PE и PET козметични опаковки са от PCR пластмаса през 2022 г. в сравнение с 12% през 2021 г. Също така подобрихме опаковките на ниво материал и въведохме вътрешни насоки за PCR в козметичните опаковки*. Благодарение на тези подобрения, процентът на PCR пластмаса в нашите PE и PET козметични опаковки се промени от 15% през 2021 г. (както е съобщено в Доклада за устойчивост за 2021 г.) на 12%. Следователно целевият срок е удължен до 2025 г.	В процес
2. Улесняваме нуждата на бренд партньорите и потребителите да рециклират опаковките на своите продукти, като непрекъснато увеличаваме дела на рециклируемите продукти на пазара и предоставяме информация за това как и къде трябва да се рециклират продуктите*. Всички търговски офиси трябва да могат да помогнат на нашите бренд партньорите с това най-късно до края на 2022 г.	2022	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	N/A	През 2022 г. Индия, Индонезия и Украйна стартираха програми за рециклиране. Бренд партньорите и потребителите бяха поканени да депозират своите празни контейнери в събирателни пунктове в цялата страна. Ние подкрепяме подобрения в инфраструктурата за рециклиране чрез схеми за разширена отговорност на производителя, които съществуват на някои от нашите пазари.	В процес
3. Имаме значителен дял от пластмаса рециклирана след употреба (PCR), или от други устойчиви материали.	2025	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	6%	През годината внедряването на PCR пластмаса в нашите козметични опаковки* доведе до увеличаване на количеството PCR пластмаса до 6% от общото ни портфолио от пластмасови опаковки.	В процес
4. Нека 75% от използваните опаковки в нашите продукти за козметика и уелнес за 2025 г. са проектирани да бъдат напълно рециклируеми, повторно използвани или компостирани	2025	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	71%	През 2022 г. 71% от опаковките, използвани в козметични и уелнес продукти, са проектирани да могат да се рециклират според разработените от Орифлейм Указания за рециклиране въз основа на насоките за индустриален дизайн за рециклиране.	В процес

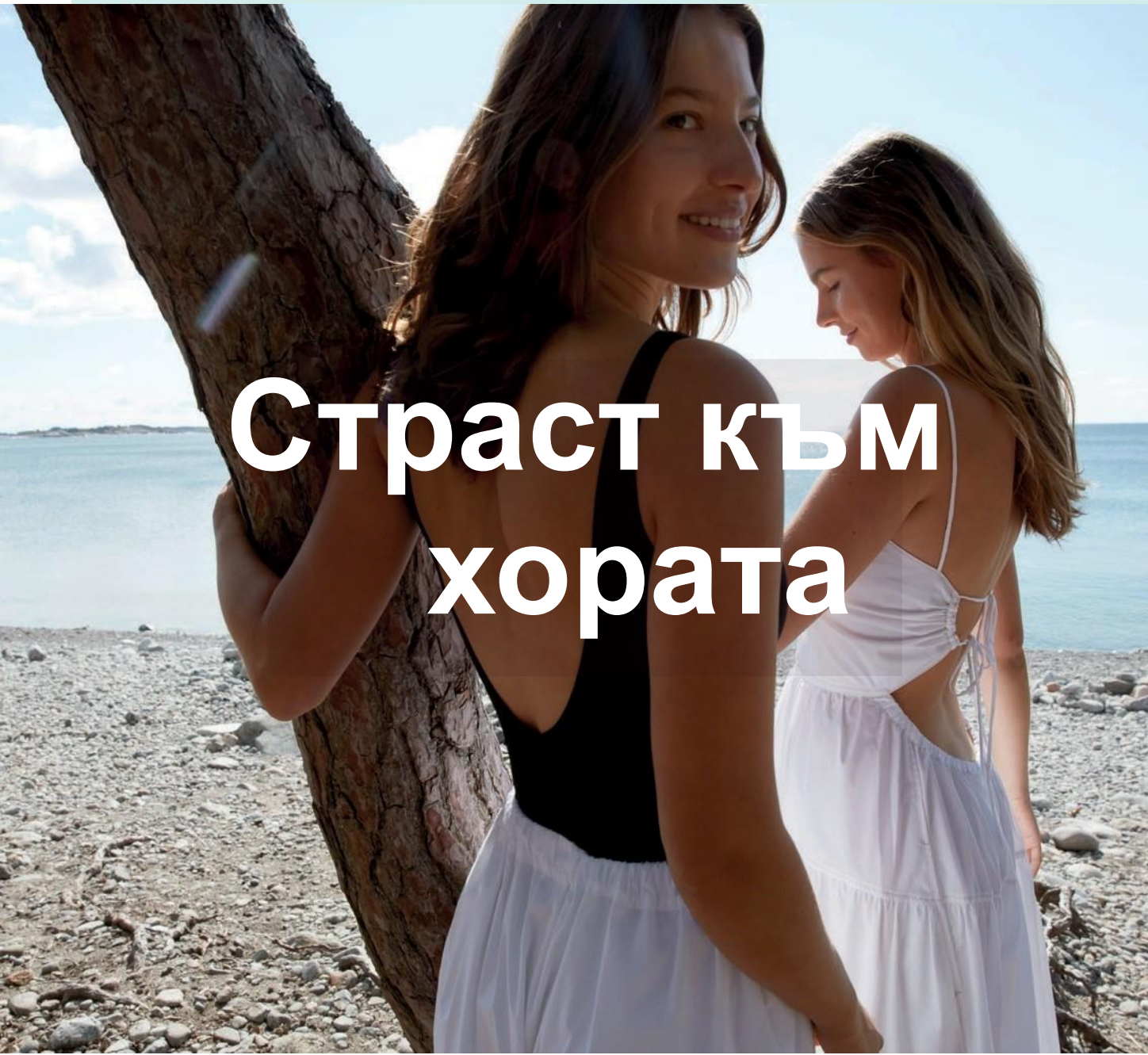
* Приложимо за опаковки, разработени централно. Регионалните разработки са предмет на местна инфраструктура за рециклиране и разпоредби.



Опаковки

	Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
1.	Да имаме 0% приходи, произхождащи от продукти, съдържащи съставки от списъка с вещества, пораждащи безпокойство (SVHC)* на REACH.	2030	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	15%	През 2022 г. 15% (22% през 2021 г.) от приходите (139 милиона евро) произхождат от продукти, съдържащи съставки от списъка с вещества, пораждащи безпокойство за SVHC на REACH*.	В процес
2.	Да извършим преглед на устойчивостта на 100% от нашите козметични и уелнес съставки.	Година за година	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	100%	През 2022 г. всички козметични и уелнес съставки бяха прегледани съгласно нашите критерии за устойчивост.	Постигнато
3.	Да подготвим пътна карта за всички идентифицирани съставки, които предизвикват безпокойство, за да намерим алтернативи и да ги премахнем постепенно при потенциални бъдещи разработки.	Година за година	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Постигнато за 2022 г	Обърнахме се към материали с потенциално отрицателно въздействие върху околната среда и постепенно премахнахме употребата на фталати и пластмасови микрозърна от продуктите за измиване. Също така започнахме активно да премахваме оксибензон-3 поради въздействието върху околната среда. Също така премахнахме триклозан в световен мащаб поради опасения за безопасността и се ангажирахме постепенно да премахнем парабените и освобождаващите формалдехид от нашите продукти.	Постигнато
4.	Да подобрим продуктовото си портфолио чрез увеличаване на устойчиви/естествени/, иновативни съставки и решения и пускане на нови и по-устойчиви продукти всяка година.	Година за година	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Постигнато за 2022 г	През 2022 г. пуснахме няколко продуктови гамии с по-силен профил на устойчивост, като Нежна грижа натурален многофункционален балсам, гамата Waunt Skin Care и Love Nature с органични и рециклирани екстракти.	Постигнато

*Списък с кандидати декември 2022 г.

A photograph of two young women on a beach. One woman, with long brown hair, is leaning against a tree trunk and looking towards the camera with a smile. The other woman, with long blonde hair, is standing next to her, looking down. They are both wearing white dresses. The background shows a rocky beach, the sea, and a clear sky.

Страст към хората

Социалната отговорност е важна за нас и сме наясно с въздействието и потенциалното влияние, което имаме върху хората по света. Чрез нашите 4700 служители, независимите ни бренд партньори, доставчици, клиенти и общностите, с които работим, нашият бизнес докосва живота на милиони хора всеки ден.

Нашият ангажимент за социална устойчивост е постоянен. Тази глава обхваща целите, които се отнасят до хората и социалната устойчивост. Това включва нашите служители, бренд партньори, клиенти и хората, наети от нашите доставчици. Ето защо тази глава разглежда въпроси като правата на човека, безопасността на потребителите, многообразието и приобщаването, борбата с корупцията и здравето и безопасността на служителите.



Опит на служителите

КОМПАНИЯ ЗА ХОРАТА, КОИТО ДЕЙСТВАТ СПОРЕД МЕЧТИТЕ СИ

2022 г. беше предизвикателна и трансформираща година за Орифлейм – и това засегна не само нашите операции и продажби, но и нашите служители и култура. За да се адаптираме към предизвикателствата, решихме да разчитаме още повече на нашите ценности - Заедност, Дух и Страст.

Въпреки бързо променящата се среда както навън, така и в Орифлейм, нашият подход за изграждане на уникална общност от професионалисти, които са страстни за красота и решени да постигнат мечтите си, остава същият. Искаме всеки, който работи във и с тази компания, да почувства връзката, вълнението, да бъде предизвикан и необходим.

Подкрепа за Украйна

Войната в Украйна стана нашия първи приоритет през 2022 г. за благосъстоянието, безопасността и сигурността на служителите, живеещи и работещи в Украйна. За тази цел организирахме евакуацията на повече от 100 наши служители и служители от склада в Киев до западната граница на Украйна и

отвъд – до Полша, Румъния и други съседни държави. Всички служители продължиха да получават заплатите си въпреки неспособността им да работят за продължителни периоди от време поради обстоятелствата. Също подпомогнахме хората с транспорт, настаняване и други нужди по време на тяхното преместване.

Въпреки че не успяхме да евакуираме всички наши бренд партньори и лидери от Украйна, ние им предоставихме финансова подкрепа по време на тези трагични събития, включително замразяване на техните нива преди инвазията, както и издаване на допълнителни плащания, заключени в евро.

Преобразуване на фирма

През 2022 г. Орифлейм претърпя голяма организационна трансформация, целяща да осигури устойчив и непрекъснат растеж в бъдеще. Ние се организирахме в пет области, като се фокусирахме върху нуждите на потребителите, бренд партньорите и служителите. Проведохме и дейности по реструктуриране и вертикална





интеграция на световни и европейски организации. В резултат на това редица членове на нашето висше ръководство напуснаха Орифлейм. Основният фокус през това време беше върху индивидуалните разговори, ясната и прозрачна комуникация с персонала относно промените и пътя напред, както и изразяването на благодарност към нашите напускащи колеги. През годината трябваше да намалим броя на служителите от 5128 (декември 2021 г.) на 4437 (декември 2022 г.), което е основната причина за високото текучество на служители през 2022 г.

Адаптиране към нов начини на работа

През 2022 г. отворихме отново нашите офиси и освежихме офисните си пространства след пандемията. През април се преместихме в нов, изцяло базиран на дейности Глобален офис в Стокхолм, което ни позволи да предоставяме различни видове работа. Подобен подход беше последван и в други офиси по пазарите и регионите.

През юни организирахме конференция за глобалното ръководство на Орифлейм, наречена Global Management MeetUp. Целта на това събитие беше да приведе в съответствие стратегията за напред и да се поставят акцент върху трансформационните дейности. Това беше първото физическо събиране на нашите топ 100 висши мениджъри в световен мащаб след пандемията на Covid и ние предавахме част от събитието в интернет. Глобалното събитие по повод 55-ата годишнина предостави на всички служители по света възможността да отпразнуват историята на Орифлейм и многото ни постижения през тази изпълнена с предизвикателства година. Близко 2500 служители се свързаха онлайн чрез Zoom за това събитие.

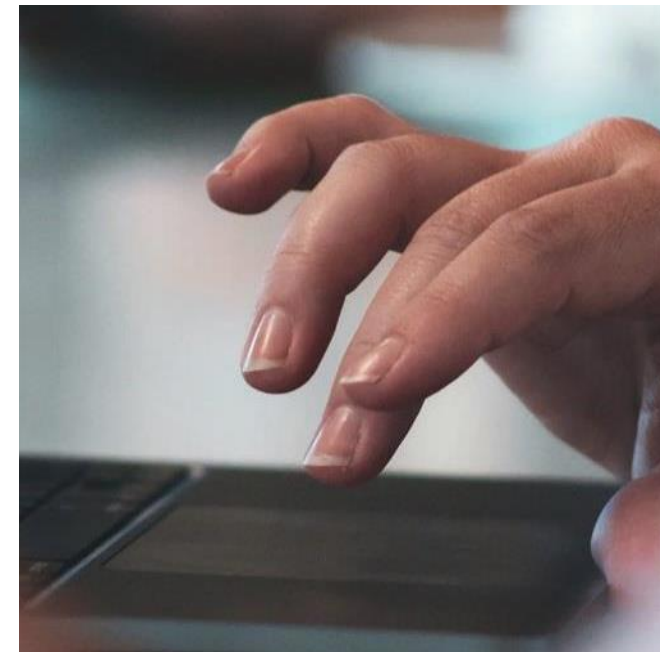
През 2022 г. подкрепихме пазарите със стартирането и активирането на нашата годишна тема „Заедно към утрешния ден“, отбелязвайки 55-ата годишнина на Орифлейм и непрекъснатото ни пътуване към по-добро бъдеще. В края на годината започнахме и разработването на годишната тема за 2023 г. – „Heart2Heart“, която има за цел да вдъхнови служителите и бренд партньорите със силата на човешката връзка и запомнящите се моменти в нашата компания.

Измерване на нашето въздействие

В края на годината, за да оценим ефективността на нашите инициативи, събития и кампании, стартирахме глобална вълна от проучвания на eNPS (Employee Net Promoter Score) на всички Орифлейм пазари. При измерването на индекса за опит на служителите ние оценихме три основни области: култура, офис пространство и технологии, въз основа на методологията на Джейкъб Морган.

През 2022 г. нашият среден годишен индекс на опит на служителите нарасна в сравнение с нивата преди Covid и за втора поредна година остана на ниво 4,0 по скала от 1 до 5. Можем да видим същата тенденция в индекса на препоръките, който нарасна с 0,2 пункта в сравнение с нивата преди Covid и достигна ниво от 7,8 по скалата от 1 до 10. Това е страхотна тенденция за нас, тъй като показва, че все повече и повече служители са готови да препоръчат Орифлейм като работно място на техните приятели и познати.

През 2022 г. видяхме големи подобрения в области като култура и физическо пространство, хората се връщат в офиса, за да работят по-често



и признават усилията, които полагаме, за да направим пространството подходящо и удобно за техните професионални нужди. Въпреки това, бек-офис технологията все още остава точка за подобрение за нас, тъй като служителите искат по-удобни за потребителя вътрешни системи и инструменти, както и опростени вътрешни процеси. Друга важна точка за подобрение е работното натоварване, което респондентите отбелязват, че се е увеличило през 2022 г. поради всички организационни промени в компанията и намаляването на работната сила. През 2023 г. планираме да търсим възможности за справяне с тези проблеми и се стремим да превърнем Орифлейм в компания с опит, отговаряща на всички нужди на нашите служители.



Служителите на Орифлейм в числа

Брой националности



Средна възраст

39

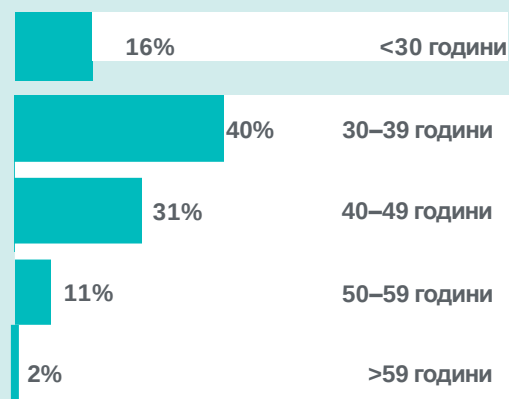


Осреднен стаж на
служителите

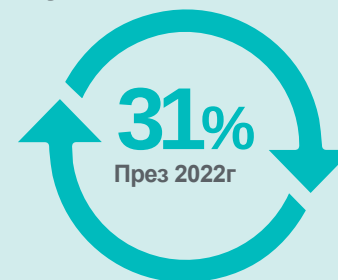


8.2
години

Разпределение по възраст

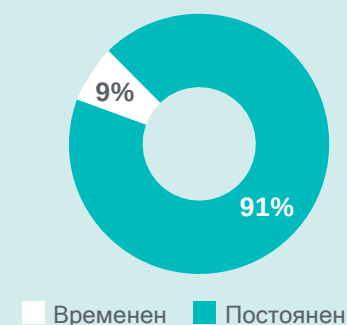


Текучество на
служители*

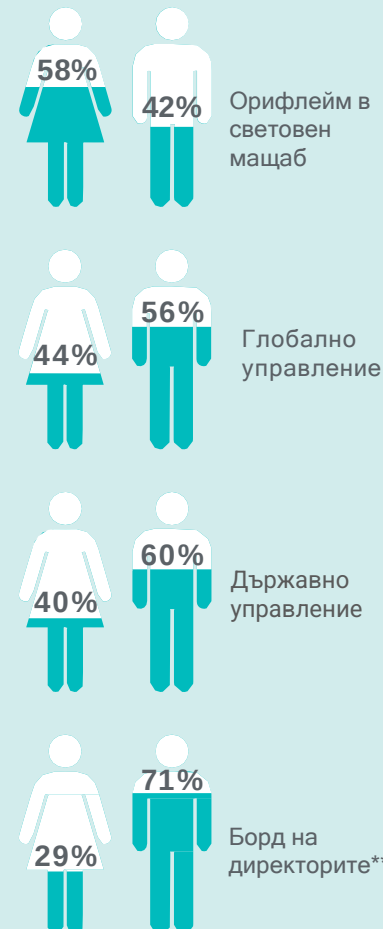


<30 години	51%
30–39 години	31%
40–49 години	24%
50–59 години	22%
>59 години	46%

Трудов договор



Баланс между
половете



*Коефициентът на текучество се определя като съотношението на напусналите служители спрямо общия брой служители. **Орифлейм Холдинг ЕООД

Здраве и безопасност

Ние в Орифлейм се ангажираме да гарантираме, че нито един служител няма да бъде изложен на рискове за здравето или безопасността. За да управлява по-добре тези рискове, Орифлейм разполага със система за управление на здравето и безопасността при работа. Функционалната отговорност за глобалното здраве и безопасност на работното място се носи от екипа на Global Assurance. Системата за управление засяга всички работници, включително изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм и всички работни места, притежавани или пряко управлявани от Орифлейм. Екипът на Global Assurance наблюдава оценката и минимизирането на значителни рискове за професионалното здраве. В съответствие с приложимите местни разпоредби, местните организации на Орифлейм могат да прилагат местни инициативи за идентифициране на опасностите и минимизиране на рисковете за здравето при работа.

Политика за здраве и безопасност

Ключовите изисквания за управление на здравето и безопасността на работното място са подробно описани в нашата публично достъпна политика на ниво Група. Тези изисквания включват, аварийно планиране, предотвратяване на пожари и загуби, квалификация на доставчици и изпълнители.

Електронно обучение по здраве и безопасност

Нашето електронно обучение за здравето и безопасността е достъпно за всички служители на английски, руски, китайски (опростен) и френски.

Електронното обучение трябва да бъде предприето от цялото ръководство и надзорни органи на производството, лабораториите и складовете на Орифлейм. Курсът ясно посочва правата и отговорностите на всички работници да съобщават за опасност и да не участват в каквато и да е дейност, която според тях би представлявала опасност за тяхното здраве или безопасност. Освен това всички служители са длъжни да докладват за нарушения на спазването на Кодекса за поведение на Орифлейм. Прочетете повече в раздела [Human Rights](#).

Оценка на здравето и безопасността при работа

Събираме данни за инциденти и злополуки от всички наши сайтове и анализираме резултатите, за да ни помогнат да приложим всички необходими подобрения или превантивни мерки. Нашите производствени обекти в Полша и Русия притежават сертификат за управление на здравето и безопасността при работа (ISO 45001:2018). Всички складове, контролирани от Орифлейм, са длъжни да извършват самооценка за здравословни и безопасни условия на труд поне веднъж годишно. Самооценката разглежда нивото на контрол на дванадесетте най-често срещани риска. За всеки от тези рискове се предлага йерархия на контролите, както следва:

1. Елиминирайте опасността
2. Заместете опасността
3. Инженерен контрол
4. Административен контрол
5. Поведенчески контрол и лични предпазни средства

Процес за разследване на инциденти, свързани с работата

Съществува глобална процедура за управление на инциденти, свързани с работата. Тази процедура включва:

- Дефиниции и обхват на докладването
- Изисквания за докладване на информация за инциденти, свързани с работата
- Изисквания за управление на свързани извънредни ситуации
- Изисквания за извършване на пълни и прозрачни разследвания

Изисквания за идентифициране и прилагане на адекватни коригиращи действия

- Изисквания за комуникация и глобално прилагане на наученото

Субектите, които извършват самооценката, са отговорни за разработването на планове за подобрене за всички идентифицирани пропуски и за демонстрирането на подобрения.

Участие на работниците по здравословни и безопасни условия на труд

В нашите основни обекти сме създали комитети за здраве и безопасност, които се срещат най-малко четири пъти годишно, в зависимост от местоположението, и включват представители както на ръководството, така и на служителите.

Насърчаване за здравето на работниците

В допълнение към организирането на вътрешни уелнес събития и насърчаване на уелнес начин на живот, ние имаме местни и регионални програми, където служителите получават информация, свързана с превенцията на лошо здраве, насърчаване на тяхното добро здраве и възстановяване, в съответствие с приложимите местни разпоредби. Нещо повече, няколко от нашите местни организации предлагат редовен, безплатен достъп до поверителни медицински прегледи на своите служители - в допълнение към стандартните и изисквани от закона здравни прегледи.

Предотвратяване на рисковете при доставчиците

От доставчиците на Орифлейм се изисква да спазват [Oriflame Supplier Code of Conduct](#) който подчертава основните изисквания във връзка с намаляването на рисковете за здравето и безопасността при работа. Повече информация за това е представена в раздела [Human Rights](#). Когато Орифлейм възлага някои операции на външни изпълнители, заинтересованите бизнес партньори на Орифлейм имат задължението да сведат до минимум рисковете за здравето и безопасността, на които са изложени техните работници, докато работят от името на Орифлейм.

Напредък през 2022 г

Глобалните и местни инициативи за предоставяне на безопасни работни места, процеси и инструменти продължиха през 2022 г. Личните одити за здраве и безопасност, проведени през предходните години,

Честота на трудовите злополуки и честота на злополуките, които водят до отсъствие от работа



бяха възобновени на някои места, където ограниченията за пътуване поради пандемията Covid-19 позволяваха, и бяха допълнени от виртуални одити. Ние докладваме и записваме всяка злополука и професионална болест във всички наши обекти, включително смъртни случаи, тежки наранявания (които водят до тежки последствия), големи наранявания (които водят до загуба на поне един ден след деня на нараняването), леки наранявания и лошо здраве.

През 2022 г. няма смъртни случаи в резултат на трудови наранявания и тежки трудови наранявания за служители и изпълнители/доставчици, работещи в

помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм. През 2022 г. имаше шест случая на влошено здраве, свързани с работата, и 12 професионални злополуки, засягащи служители на Орифлейм. Разследваме злополуки и професионални заболявания с цел да идентифицираме първопричините. Следователно прилагаме коригиращи действия за предотвратяване на бъдещи инциденти. Представени са по-подробни данни за здравето и безопасността с цел идентифициране на първопричините. Следователно прилагаме коригиращи действия за предотвратяване на бъдещи инциденти.

**Нараняванията, които водят до отсъствие от работа са всички наранявания, изискващи медицински документ за поне един ден след деня на нараняването.*

Опит на служителите

Човешки права

Безопасност на
потребителите

Социално отговорни продукти

Цели и ангажименти

Производст-
вена средаЛабора-
торна средаСкладова
средаОфис
среда**Опасности,
създаващи риск
от нараняване с
големи
последствия**

- Движещи се машини
- Интервенция на машини в извънредни условия
- Горещи течности
- Подхлъзвания, спъвания и падания

- Горещи течности
- Опасни субстанции и
- Подхлъзвания, спъвания и падания

- Взаимодействие между пешеходци и движещи се превозни средства
- Падане на предмети
- Подхлъзвания, спъвания и падания

- Подхлъзвания, спъвания и падания

**Опасности, които
представяват
риск от влошаване
на здравето,
свързано с
работата**

- Излагане на опасни вещества

- Излагане на опасни вещества

- Повтарящи се задачи
- Ръчна обработка на тежки товари

- Повтарящи се задачи
- Стрес и баланс между работа и личен живот

Всички опасности, посочени по-горе, са определени чрез анализ на инциденти, посещения на място, контролни списъци за самооценка и дистанционни прегледи. Рисковете, свързани с опасности, са сведени до минимум чрез елиминиране, инженеринг, администриране/процедури, обучение и лични предпазни средства.

Фокус върху безопасността на ръцете

Тъй като ръцете и пръстите на нашите служители са частите от тялото, които най-вероятно ще бъдат наранени по време на работа*, ние въведохме няколко мерки за намаляване на този риск. Например нашата фабрика в Полша вече опакова продуктите, които произвежда, в кутии, които не изискват използването на нож. Тези кутии имат предварително изрязана линия, която позволява ръчно разкъсване на кутията. Това намалява необходимостта операторите в складовете да използват опасни ножове за отваряне на кутии.



* Въз основа на данни за инциденти и произшествия, събрани от 2017 г



Човешки права

ПОДОБРЯВАНЕ НА СТАНДАРТИТЕ

Орифлейм оперира в повече от 60 държави и има широка база от доставчици, което носи със себе си множество предизвикателства. Заемаме силна позиция по социални и етични въпроси. Ако има несъответствия в нашите собствени операции или операциите на нашите доставчици, ние се ангажираме да действваме.

За да разберем рисковете, свързани с нашите операции, проведохме задълбочено проучване, оценяващо основните въздействия върху правата на човека в целия ни бизнес. Ангажираме се да извършим оценка на риска за правата на човека

за всички нови пазари. През 2022 г. започнахме търговски операции в Гана и Германия и затова, като част от нашия процес, започнахме оценка на риска за правата на човека на тези пазари.

Етика и съответствие

Съответствието в Орифлейм се определя като набор от инструменти и инициативи, прилагани за защита на служителите, ресурсите, почтеността, репутацията и бизнес партньорите на компанията. В Орифлейм имаме политика на нулева толерантност към всяко и всички нарушения на човешките права, включително всяка форма на активна или пасивна корупция, тормоз и дискриминация. През 2020 г. актуализирахме нашия [employee Code of Conduct](#). Този документ се основава на осемте конвенции на Международната организация на труда и е



подкрепен от няколко вътрешни политики и определя принципите, които ръководят как работим в Орифлейм, винаги с високо ниво на почтеност и силна етична и морална съвест. Кодекс за Поведение е достъпен за всички служители на няколко езика. Съдържанието на Кодекс за Поведение е обяснено и достъпно за всички служители в специален курс за електронно обучение. Курсът за електронно обучение по Кодекс за Поведение беше преминат от 317 нови служители през 2022 г. Нашите мениджъри са

нашата първа линия на защита - очакваме те да дават пример във всичко, което правят, активно да се вслушват в опасенията в своите екипи и да ни докладват. От 2018 г. нашите ключови служители подават годишно обещание за съответствие. През 2022 г. нашият висш мениджмънт (директори и по-високи), както и средното ръководство с отговорности за управление на хора са подали обещание за съответствие (общо: 761 служители).

Насърчаваме служителите да съобщават за нарушения и да задават въпроси. Служителите на Орифлейм, както и други заинтересовани страни (напр. Доставчици, бренд партньори, широка общественост) могат да съобщават за нарушения, свързани със спазването на Орифлейм с приложимото законодателство и адекватните бизнес практики. Орифлейм работи с няколко механизма за докладване от 2007 г. насам, като гарантира конфиденциалност и защита срещу отмъщение на всички лица, докладващи добросъвестно. Орифлейм следва изискванията на Директива 2019/1937 на ЕС относно защитата на лица, които докладват за нарушения на правото на Съюза, и разшири принципите си към цялата Група чрез Групова процедура. Всички твърдения за нарушения на приложимите разпоредби, на Кодекса за поведение и политиките на Орифлейм или на други приложими стандарти се преглеждат от членовете на екипа за глобално осигуряване. Доказаните случаи се предават на Корпоративния комитет (главен изпълнителен директор, заместник главен изпълнителен директор и финансов директор). Тази комисия изисква да се предприемат разследвания, когато е необходимо. През 2022 г. Корпоративният комитет е наблюдавал

по-малко от 10 случая. От създаването си комисията е разглеждала средно около 10 случая годишно. Статистическите данни за тези механизми за докладване, както и акценти от забележителни случаи, се представят на тримесечна база на Одитния комитет, съставен от членове на Съвета на директорите, като същевременно се запазва поверителността на тези, които докладват. Орифлейм се ангажира със защитата на правата на човека, включително свободата на сдружаване, на всички етапи от своята верига. Принудителният труд, детският труд и съвременното робство са ясно и строго забранени в рамките на Орифлейм. Имаме Кодекс за поведение на доставчиците, който пренася тези изисквания към нашите външни доставчици. Кодексът за поведение на доставчиците беше актуализиран през 2022 г. и е част от нашите стандартни условия за бизнес с доставчици.

Устойчиви доставчици

Ние в Орифлейм вярваме, че интегрирането на критериите за устойчивост в практиката на обществените поръчки е съществена част от преминаването към по-устойчива стойностна верига.

Веригата за доставки на Орифлейм

Повече от 70% от нашите продукти се произвеждат в нашите собствени производствени съоръжения. През 2022 г. доставихме около 240 милиона готови стоки от повече от 55 глобални и регионални доставчици. Те се доставят до пазарите на Орифлейм по целия свят. Основните ни пазари за доставки през 2022 г. бяха Полша, Индия и Китай.



Програма за отговорно снабдяване на Орифлейм от директни доставчици



Някои от нашите продукти, опаковки и суровини се доставят от пазари, които са класифицирани като високорискови от гледна точка на правата на човека и корупцията според Индекса за възприемане на корупцията на Transparency International. Основните рискови страни за Орифлейм са Русия, Индонезия, Индия, Китай и Малайзия. През 2019 г. започнахме да разработваме процес за засилване на изискванията и подобряване на съответствието както за преките доставчици, така и за непреките доставчици. Тази работа продължи през 2022 г. с цел да се уверим, че управляваме нашите доставчици във високорискови държави.

Програма за отговорно снабдяване на Орифлейм

За да подобрим представянето си в областта на устойчивостта разработихме програмата на Орифлейм за отговорно снабдяване. Програмата е за нашите директни доставчици и започва с процес на адаптиране и продължава по време на цялото бизнес взаимоотношение. Това ни позволява обективно да оценяваме нашите доставчици по набор от критерии за устойчивост, включително правата на човека, и да уточняваме изискванията за това как доставчиците се оценяват и развиват.

Основата на програмата е [Oriflame Supplier Code of Conduct](#), който очертава нашите изисквания по отношение на условията на труд, здравето и безопасността, дискриминацията и въздействието върху околната среда, наред с други. Кодексът за поведение на доставчиците на Орифлейм беше актуализиран през 2022 г. и е публично достъпен на нашия уебсайт.

За някои от нашите продукти имаме специфични изисквания, за да гарантираме, че изпълняваме целите си за устойчивост и минимизираме рисковете. Това се отнася за стоки като палмово масло и масло от палмови ядки (включително производни), хартия и картон, дърво и пластмаса.

От 2012 г. Орифлейм кани нашите доставчици на оценка EcoVadis. Оценката предоставя подробни карти с резултати, които ни улесняват да разберем ефективността на доставчика в областта на устойчивостта. Това е оценка, базирана на доказателства, адаптирана към стотици бизнес категории и взема предвид съответните индустриални етикети и сертификати, както и местните закони. Освен това е в съответствие с глобалните стандарти като Глобалния договор на ООН. Поставихме цел за резултат 45 за изпълнение на основните изисквания. Ако даден доставчик получи оценка по-малка от 45, ние съставяме заедно план за коригиращи действия и трябва да се направи повторна оценка в рамките на една година от публикуването на предишната карта с резултати.

През 2022 г. засилихме усилията си да увеличим покритието на доставчиците и разходите и решихме отсега нататък да включим всички области на директни разходи в нашата статистика. Към 31 декември 2022 г. имаме приблизително 91% от глобалните преки външни разходи, покрити с валидна карта с резултати на EcoVadis.



Одити за устойчивост

Одитите за устойчивост се приоритизират въз основа на оценка на риска или оценка на Ecovadis. Провеждат се одити за устойчивост, за да се потвърди съответствието с Кодекса на Поведение на доставчиците на Орифлейм и минималните изисквания за устойчивост. Извършваме както одити на нови доставчици, така и редовни одити на съществуващи доставчици. От май 2020 г. започнахме да провеждаме дистанционни одити, за да защитим здравето на служителите по време на пандемията от Covid-19. Дистанционните одити имат подобен процес като одитите на място; оценка в реално време се извършва чрез онлайн видео, където екипът се интервюира, обектът се инспектира и записите и документите се проверяват. Същата система за оценка и точкуване на одита се прилага за дистанционните одити, както и за одитите на място. През 2022 г. 27% от извършените одити са били дистанционни.

Категориите включват доставчици на козметика, уелнес, опаковки и аксесоари. Когато се открият несъответствия, с доставчика се съгласува и прилага план за коригиращи действия. След това на доставчика се дава определен период от време (общият график е в рамките на три месеца), за да завърши действията, необходими за отстраняване на несъответствията.

Доставчиците се оценяват по скала от А до Е, като А е най-добрият резултат. За да премине одита на Орифлейм, доставчикът трябва да получи минимална оценка С. Доставчиците от клас D (съществуващи или потенциални) са идентифицирани като имащи критични несъответствия или резултат за съответствие под 70%. Доставчиците на клас Е (съществуващи или

потенциални) са идентифицирани като имащи критични несъответствия или резултат за съответствие под 50%. Текущият статус на всеки доставчик се преглежда редовно от екипа за доставки и от глобалния екип за качество и устойчивост. Фокусът през последните години беше върху съвместната работа с доставчиците за намаляване на несъответствията и подобряване на техните показатели за устойчивост.

За да получи клас А, доставчикът трябва да има резултат за съответствие над 95%. Благодарение на тези високи стандарти, само един от одитираните доставчици е достигнал степен А през последните три години. Дватама доставчици, които получиха оценка Е в първоначалните си одити, бяха повишени от Е на С след предприети коригиращи действия. Фокусът през последните години беше върху съвместната работа с доставчиците за намаляване на несъответствията и подобряване на техните показатели за устойчивост.

Обобщение на констатациите от одита

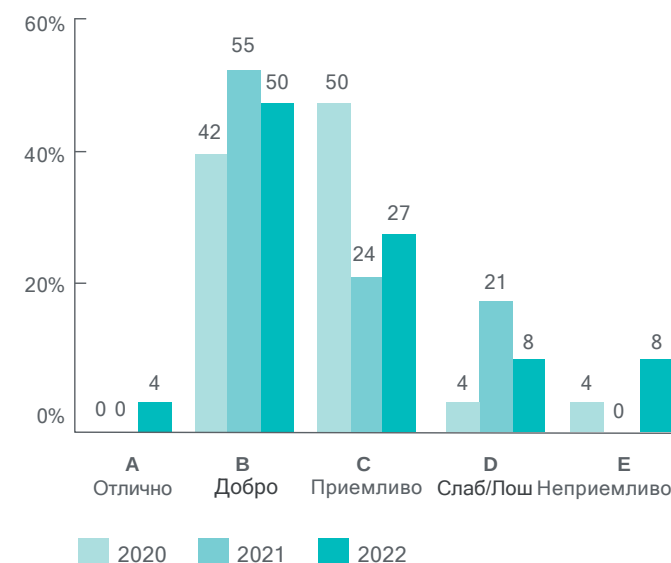
Трите основни проблемни области през последните три години са:

- Безопасност на работното място (напр. недостатъчно лично предпазно оборудване, недостатъчно управление на прегледите за здраве, блокирани аварийни изходи, неадекватни политики за електрическа безопасност).
- Условия за заетост и работа (напр. работа извън работно време, неадекватни обезщетения за договорно наетите работници, включително отпуски, бонуси и т.н.).

- Съответствие със законодателството (напр. недостатъчен лиценз, трудов договор и контрол на регистрацията на лична информация и т.н.).

При нито един одит през 2022 г. не беше регистрирана констатация на нулева толерантност. Не открихме никакви доказателства за работещи деца в нашите одити, нито сме се сблъскали със случаи на принудителен труд. Голяма част от несъответствията са свързани с липсата на официални политики и процедури за подходящ контрол.

Резултати от одита за устойчивост





Безопасност на потребителите

НИЕ НИКОГА НЕ ПРАВИМ КОМПРОМИС С БЕЗОПАСНОСТТА НА НАШИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ - ТЯХНОТО БЛАГОСЪСТОЯНИЕ Е ОТ ОСНОВНА ВАЖНОСТ ЗА НАС

Орифлейм разполага с екип от експерти по безопасност, работещи с вътрешни и външни специалисти, които предприемат и осигуряват редовни обучения за подобряване на оценката за безопасността. Заедно те гарантират, че всяка съставка, която използваме, и всеки продукт, който продаваме, отговарят на нашите високи стандарти за качество и безопасност. Имаме едни и същи високи стандарти, където и по света да се произвеждат или продават нашите продукти.

В Орифлейм използваме само висококачествени суровини. Правейки това, гарантираме, че свеждаме до минимум наличието на всякакви неволно добавени съставки. Всички наши суровини преминават през стриктна оценка от множество експерти на различни етапи от разработването на нашите продукти. Всички козметични продукти на Орифлейм са създадени да бъдат безопасни в съответствие с разпоредбите на Европейския регламент за козметиката (ЕС № 1223/2009) и други основни международни разпоредби. На пазари, където регулациите са по-слабо развити, Орифлейм прилага като минимум европейските регулаторни изисквания за безопасност. Имаме още по-строги мерки, за да гарантираме безопасността на нашите Wellness продукти.

За всички наши козметични продукти прилагаме цялостна оценка, която включва следното:

- Извършваме задълбочена оценка на всички суровини. Използваме само реномирани доставчици и избираме само съставки, които имат надеждни данни.
- Ние внимателно измерваме безопасните нива на концентрация.
- Нашият екип от експерти токсиколози гарантира, че съставките са безопасни за всяка потребителска група.
- Тестваме нашите окончателни формули за съвместимост с кожата върху здрави доброволци в независими лаборатории и също така използваме тестове „in vitro“ (без животни), за да потвърдим допълнително безопасността на нашите продукти.
- След пускането в продажба, ние проактивно събираме обратна връзка от потребителите и данни за всякакви нежелани реакции, за да проучим потенциалните причини и да подобряваме непрекъснато безопасността на нашите продукти.





Всички наши продукти са формулирани в съответствие с глобалното и местното законодателство в областта на храните, като се прилагат строги критерии за гарантиране на тяхното качество и безопасност. Освен това, като част от ангажимента на Орифлейм към качеството на продуктите и безопасността на храните, ние настояваме всички доставчици, които произвеждат нашите продукти, да се придържат към стриктни стандарти за безопасност и качество.

За да постигнем това, разработихме Практическият кодекс на Орифлейм за доставчици на уелнес, който се основава на европейското законодателство в областта на храните, стандартите за сертифициране на безопасността на храните, най-добрите практики в индустрията и специфичните изисквания на Орифлейм – гарантирайки, че всички наши уелнес продукти по света отговарят на високи стандарти за безопасност.

100% от глобално разработените козметични, аксесоарни и уелнес продукти на Орифлейм следват стриктни вътрешни процедури и се оценяват преди пускане на пазара, за да се гарантира, че отговарят на съответните изисквания за етикетиране на всички пазари, на които се продават продуктите, напр. Регламент на ЕС за козметиката № 1223/2009, 1169 /2011 г. за храните.

Разполагаме със сертификати за безопасност за 100% от нашите глобално разработени козметични и уелнес продукти, които предлагаме. Разработихме елементи на системата за управление на качеството, които ни позволяват да записваме несъответствия и оплаквания на клиенти и по-късно да ги разрешаваме с анализ на първопричината. Също така през 2022 г. проведохме обучителни сесии за изтегляне на

продукти и проведохме фиктивни изземвания на повечето от нашите ключови пазари. Тези проверки потвърдиха положителните резултати и способността ни бързо да идентифицираме потенциално засегнатите продукти.

Орифлейм се ангажира да избягва използването на CMR вещества (вещества, класифицирани като канцерогенни, мутагенни или токсични за репродукцията) в нашите продукти. Правим това, като непрекъснато наблюдаваме най-новите научни данни за съставките ни действаме навреме, ако смятаме, че дадена съставка не отговаря на високия стандарт на Орифлейм за безопасност. Поради това сме горди да съобщим, че нямаме CMR вещества в нашите продукти.

Наясно сме, че ендокринните разрушители предизвикват загриженост за нашите потребители. Нашият подход тук е същият – ние непрекъснато наблюдаваме развитието по отношение на ендокринните разрушители и забраняваме или премахваме всяка съставка, която не отговаря на високия ни ангажимент за безопасност.

Ние в Орифлейм вярваме в предприемането на допълнителни мерки, за да гарантираме безопасността на децата, които използват нашите продукти. Поради тази причина гарантираме, че всеки аромат, използван в продуктите за деца, не съдържа нито един от известните ароматни алергени. Докато науката все още се развива, ние се ангажираме да използваме само наноматериали, оценени от независимия научен орган, който съветва Европейската комисия (SCCS), и за които е доказано, че са безопасни. Искаме да вдъхнем увереността на нашите потребители, че наноматериалите, присъстващи в продуктите на Орифлейм, са както безопасни, така и ефикасни.





Социално отговорни продукти

ПРАВИ РАЗЛИКА

За да останем релевантни за нашите клиенти добавяме стойност на нашите продукти по няколко начина.

Добавихме тази конкретна целева област, за да подчертаем нашите намерения занапред. Създадохме няколко инициативи през годините с фокус върху социалната отговорност.

Отговорно набавяне на естествена слюда

Слюдата е група от минерали, използвани в голямо разнообразие от индустрии и потребителски стоки. Ние в Орифлейм използваме предимно естествена слюда като перлен пигмент в козметиката, но също и за подобряване на ефективността и текстурата. Освен това слюдата може да присъства в някои от нашите опаковки. Голяма част от нашата естествена слюда идва от Индия. Орифлейм се присъедини към Инициативата за отговорна слюда (RMI) през 2017 г. и продължава проактивна

ангажираност до момента. Стратегията на организацията признава три области, върху които трябва да се работи, за да се подобрят общите условия за хората, работещи във веригата за доставки на индийска слюда:

1 Картографиране и стандарти на работното място

Целта е да се даде 100% възможност от участниците за доставки на слюда в Бихар и Джаркханд да спазват световно признатите стандарти за заетост на работното място, здраве и безопасност при работа и екологични стандарти, които включват забрана за използване на детски труд. През 2019 г. Орифлейм, заедно с всички други компании-членки на RMI, участваха в проект за картографиране на веригата за доставки, за да разберем произхода на слюдата, която използваме. Преработвателните предприятия, участващи във веригата на доставки, бяха поканени да пилотират или да приемат стандартите на работното място и три завода доброволно го направиха.

2. Утвърждаване в общността

Целта е да се даде 100% възможност на общностите в районите за събиране на слюда в Бихар и Джаркханд да бъдат достигнати чрез приобщаващи програми за утвърждаване, които осигуряват подобрен стандарт на живот, подобрени образователни ресурси за децата, по-добро здравеопазване и алтернативни средства за доходи за намаляване на икономическата зависимост върху слюдата. През 2018 г. RMI стартира тригодишна програма за разработване на иновативни и мащабируеми решения, подобряващи благосъстоянието както на децата, така и на възрастните. Програмата предвижда подобрен достъп до качествено образование, подобрени икономически условия, както и подобрен достъп до здравни услуги.

3. Правна рамка

Целта е да се даде 100% възможност на берачите на слюда, собствениците и операторите на компании, да работят при ясна правна рамка и свързани системи за контрол. RMI участва в програма за ангажиране с ключови заинтересовани страни в правителството, частния сектор и организациите на гражданското общество, които са запознати с настоящите условия, засягащи производството на слюда и които биха могли да препоръчат и приложат промените, необходими за създаване на устойчива индустрия на слюда в Джаркханд и Бихар. През 2022 г. правителството на Джаркханд предприе конкретни стъпки, поемайки водеща роля в справянето с темата за слюдата. Освен това през 2022 г. имаше успешно въвеждане в Мадагаскар. Ключовите заинтересовани страни бяха запознати с подхода на RMI и беше стартирана активна базова линия.



Заедно с Нежна грижа

През 2022 г. пуснахме специално издание на нашия емблематичен предпазващ балсам Нежна грижа със синя и жълта опаковка в чест на украинския флаг. Наречен “Заедно с Нежна Грижа”, това специално издание се продава в цяла Европа в подкрепа на жертвите на войната в Украйна. Постъпленията от продажбите на “Заедно с Нежна Грижа” бяха дарени на различни местни организации чрез Фондация Орифлейм, която удвои генерираната сума.



КАЗУС



ORIFLAME
INDONESIA
FAVORITE
HALAL BRAND



Subcategory Cosmetic
LPPOM MUI
Halal Award 2022

Halal постиженията на Орифлейм през 2022 г.

Вярваме, че правим нашите продукти достъпни за всички – хора с различен произход, етнос и религия. Това означава, че се ангажираме да предоставяме продукти, които са допустими, етични и безопасни за употреба от цялото семейство.

Пазарът на Halal козметика се разраства бързо и се очаква да има годишен темп на растеж от 6,8% през периода 2016-2024 г. Индонезия е един от ключовите пазари на Орифлейм с 88% мюсюлманско население. Преди всяко предстоящо законодателство през 2017 г. взехме решение да осигурим разнообразно 100% Halal сертифицирано портфолио за индонезийския пазар. Докато Halal традиционно се свързва с консумативи, мюсюлманите все повече търсят сертифицирана Halal козметика и

продукти за красота.

Те искат да им бъде даден избор да купуват надеждни halal-сертифицирани продукти за себе си и семействата си.

Наличието на логото Halal върху продуктите дава увереност, че продуктите са произведени в съответствие със стандартите Halal. Има много малко възможности за halal козметика на пазара, но през април 2022 г. Орифлейм предостави напълно halal сертифицирано портфолио на индонезийския пазар.

Друг акцент през 2022 г. беше, че Орифлейм спечели наградата за любима марка halal в подкатегория Козметика. Наградата се основава не само на качеството на нашата halal Козметика, но и на резултатите от гласуването на потребители и потребители на промоционални медии на LPPOM MUI.



Цели и ангажименти



Опит на служителите

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
1. Осигуряване на равни възможности за жените и мъжете, като малцинственият пол представлява не по-малко от 40% в ключови ръководни органи и управленски екипи.	Година за година	5 GENDER EQUALITY 	40%/60%	През 2022 г. имаше 40% жени в глобалния мениджърски екип (-5 п.п. спрямо 2021 г.) и 60% мъже на държавно ръководството (+5 п.п. спрямо 2021 г.).	Постигнато



Човешки права

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
1. Извършете оценка на риска за правата на човека за всички нови пазари.	Година за година	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 	2	През 2022 г. започнахме търговски операции в Гана и Германия и следователно, като част от нашия процес на надлежна проверка, извършваме на тези пазари оценка на риска за правата на човека.	В процес
2. Прекратяване на съществуващи бизнес отношения с който и да е доставчик или прекратяване на процеса на одобрение на нов доставчик, в случай на систематични нарушения на правата на човека или системни случаи на корупция и/или подкупи.	Година за година	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 	N/A	Не са установени системни нарушения на правата на човека или случаи на корупция/подкупи.	В процес



Безопасност на потребителите

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
1. Всички наши козметични и уелнес продукти се подлагат на непрекъсната оценка след пускане в продажба, от наблюдение на съставките до получаване и анализиране на обратна връзка от потребителите, гарантирайки, че непрекъснато подобряваме безопасността на нашите продукти.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	Няма отклонения от това твърдение през 2022 г.	Постигнато
2. Избягване на употребата на CMR съставки в нашите продукти. Ние правим това, като непрекъснато наблюдаваме най-новите научни данни и като предприемаме ранни действия по отношение на всяка съставка, която може да попадне в този клас.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	Няма отклонения от това твърдение през 2022 г.	Постигнато
3. Наблюдаваме развитието на ендокринните разрушители и гарантираме, че не разрешаваме употребата им или ги премахваме от нашите продукти, ако научните данни потвърждават ендокринния разрушителен ефект на дадена съставка.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	Продължаваме да следим развитието на ендокринните разрушители. Няма отклонения от това твърдение през 2022 г.	Постигнато
4. Предприемане на допълнителни мерки за гарантиране безопасността на децата, които използват нашите продукти. Поради тази причина гарантираме, че всеки аромат, използван в продуктите за деца, не съдържа нито един от известните ароматни алергени.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	Няма отклонения от това твърдение през 2022 г.	Постигнато



Опит на служителите

Човешки права

Безопасност на
потребителите

Социално отговорни продукти

Цели и ангажименти

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
5. Да използваме само наноматериали, които са оценени от независим научен орган, който съответва Европейската комисия, и за които е доказано, че са безопасни.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	Не сме допускали никакви нови наноматериали в разработването на продукти от 2018 г.	Постигнато
6. Да използваме само висококачествени суровини. Правейки това, ще гарантираме, че свеждаме до минимум наличието на всякакви неволно добавени съставки. Всички наши суровини преминават през строга оценка от множество експерти на различни етапи от процеса на разработване на продукта, за да се гарантира, че всички материали отговарят на нашите много високи стандарти.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	Няма отклонения от това твърдение през 2022 г.	Постигнато



Социално отговорни продукти

Цел/ангажимент	Краен срок	SDG	Резултати	Коментар	Статус
1. Разработване на нови продукти със социална цел и увеличаване на продажбите на съществуващи*.	Година за година		Постигнато за 2022 г.	През годината стартирахме “Заедно с Нежна Грижа” в подкрепа на жертвите в Украйна	Постигнато

*Социална цел е когато продуктът и заобикалящата го комуникация имат за цел да облагодетелстват потребителя по отношение на тяхното физическо или психическо благосъстояние.



Общуване и ангажиране

Искаме открит, прозрачен диалог с всички наши заинтересовани страни – служители, бренд партньори, доставчици, инвеститори и други участници в обществото.

Осъзнаваме потенциала, който има ангажираността и успешната комуникация с нашите бренд партньори и потребители за постигане на нашите амбиции за устойчивост. Бизнесът ни достига до повече от 9 милиона души в повече от 60 страни всеки месец. Ако успеем да покажем стойността на поведението, свързано с устойчивостта, на тези бренд партньори и потребители, те ще помогнат за разпространението на това поведение сред още много милиони.

Устойчивост в общуването

Съобщаваме нашите инициативи за устойчивост, за да уведомим бренд партньорите ни и потребителите какви стъпки предприемаме, за да станем по-устойчиви. Общо 89% от бренд партньорите на Орифлейм са съгласни, че се грижим за природата и околната среда и също така се надяваме да вдъхновим нашите бренд партньори и нашите потребители да действат и да направят своя принос към един по-добър, по-устойчив свят.

Бренд позициониране

Фирма Орифлейм е създадена в Швеция през 1967 г., базирана на дълбокото убеждение, че всички хора заслужават еднакви възможности в живота, за да достигнат пълния си потенциал. Днес продължаваме да оставаме верни на мечтата на нашите основатели, като вдъхновяваме другите, даваме възможности и създаваме по-добро утре, като непрекъснато се стремим да подобряваме себе си и нашите предложения. Силно вярваме, че красотата започва с благосъстоянието, работейки отвътре навън, а не отвън навътре. Искаме да споделим това мнение с хората по целия свят и да правим качествени шведски продукти за красота и здраве, вдъхновени от природата със силата на науката.

Бренд активиране

През 2022 г. предоставихме на всички региони на Орифлейм актуализиран материал с набор от инструменти за активиране на бранда относно устойчивостта. Целта с нашите набори от инструменти за устойчивост е да направим устойчивостта неразделна част от комуникацията на нашия бренд – и в дългосрочен план, да образуваме и вдъхновяваме бренд партньорите и потребителите относно инициативите за устойчивост на Орифлейм. Тъй като има много различни нива на осведоменост по проблемите на устойчивостта, искаме да предоставим лесна за разбиране комуникация по целия свят, за да повишим осведомеността по темите.

Посланици на устойчивостта

Във всеки регион на Орифлейм имаме поне един посланик на устойчивостта с цел да стимулира промяната. Глобалният екип по устойчивост се среща редовно с посланиците, за да споделя информация за устойчивостта, да получава обратна връзка за комуникационни материали, да споделя най-добри практики между регионите и да предоставя възможности за дискусии и въпроси.



За едно по-добро и по-красиво утре

За да превърнем устойчивостта в неразделна част от комуникацията на нашия бренд и да образуваме и вдъхновяваме бренд партньорите и потребителите относно инициативите за устойчивост на Орифлейм, създадохме видеоклип с акцентите на устойчивостта на Орифлейм.



Регионални инициативи за устойчивост

Орифлейм Монголия засажда дървета

Орифлейм Монголия организира събитие за засаждане на дървета за деня на общественополезен труд и служителите на Орифлейм Монголия се събраха, за да засадят общо 200 дървета - 100 кленови и 100 ябълкови дървета в Националния градински парк на Улан Батор. Това събитие беше част от национална кампания с цел засаждане на 1 милиард дървета.

Запушване в Национален парк Севан в Армения

Четиридесет служители на Орифлейм Армения отидоха да събират отпадъци в национален парк Севан заедно с посолството на Швеция в Ереван и неправителствената организация ISSD.

Кутиите за рециклиране на пластмаса и стъкло бяха спонсирани от Орифлейм и Посолството на Швеция и бяха поставени в Национален парк Севан и в едно от регионалните училища в град Гавар.

Предизвикателство за почистване с Орифлейм

Орифлейм Киргизстан организира предизвикателство за почистване за персонала на Орифлейм Киргизстан заедно с бренд партньорите. Предизвикателството доведе до събирането, сортирането и рециклирането на около 150 чувала отпадъчен материал.

Орифлейм Грузия в сътрудничество с проекта Keep Georgia Tidy

През 2022 г. Орифлейм Грузия започна сътрудничество с Keep Georgia Tidy, неправителствена организация, която се финансира от шведското правителство и провежда много интересни и въздействащи екологични инициативи, включително състезанието Make the Schoolyard Green. Целта на състезанието беше да насърчи учениците да почистват и озеленяват дворовете на своите училища. По време на процеса на състезанието учениците наблюдаваха етапите на засаждане и грижа за растенията, опознавайки ги, полагайки ежедневни грижи за тях и помагайки за смекчаване на глобалния проблем с изменението на климата. Орифлейм Грузия подкрепи проекта и организира награди за победителите - образователен кът за всяко спечелило училище, допълнен с мебели и подходяща литература.



Начин на живот с по-малко отпадъци с Орифлейм Индонезия

За да подкрепи и образова бренд партньорите в Индонезия относно рециклирането на продуктовете опаковки на Орифлейм, Орифлейм Индонезия инициира две програми за устойчивост Less Waste Lifestyle with Oriflame и Lyfe with Less.

Начин на живот с по-малко отпадъци с Орифлейм, с хаштаг #dropyourempties, кани бренд партньорите и потребителите да оставят своите празни бутилки в пет пункта за събиране в цяла Индонезия. В рамките на два месеца са събрани 243 кг пластмаса и 269 кг стъкло.

Целта на Lyfe with Less е да улесни бренд партньорите, които живеят далеч да участват в опазването на околната среда с Орифлейм. Бренд партньорите могат да изпратят празните си бутилки директно до рециклиращи предприятия, които си сътрудничат с програмата Lyfe with Less. Повече от 400 бренд партньори са участвали и общо 5326 празни бутилки са събрани досега.

Love Nature Forest Berries избрани за продукт на годината в Португалия

В Португалия гамата Forest Berries на Love Nature спечели категорията за устойчива козметика с наградата „Продукт на годината“ за 2022 г. благодарение на своята биоразградима формула, ексфолиране на базата на естествени частици, съставки от естествен произход и иновативна текстура. Победителят беше избран въз основа на проучване на повече от 2000 потребители, проведено от независима изследователска компания.



Намалени емисии от доставки на поръчки в Румъния

През 2022 г. Орифлейм Румъния успя да намали емисиите от доставките на поръчки, като предложи доставка до шкафчета за колети като алтернатива на доставката до дома. През първите девет месеца на годината броят на клиентите, използващи тази опция за доставка, се увеличи от 4 на 14%, а внедряването на това решение ще продължи и през 2023 г.

Инициативи за рециклиране в Украйна

Орифлейм Украйна стартира проект за устойчивост, наречен «Сортирай след» (Сортирай правилно). Проектът предлага възможности за събиране, сортиране и рециклиране на

продуктови опаковки. Орифлейм Украйна постави кутии за сортиране в 26 центъра в цялата страна и ги направи достъпни за всички (не само за бренд партньори), които искат да донесат празните си козметични бутилки и други опаковки за събиране. След приключване на събирането кутиите за сортиране ще бъдат доставени на нашия изпълнител за рециклиране.

Хотели за насекоми в Полша

През 2022 г. нашата фабрика в Полша организира състезание под мотото „Дори най-малките са най-важни“. Служителите на фабриката построиха въображаеми хотели за насекоми, използвайки естествени материали като шишарки, слама, дърво и хартия. Мрежа от хотели за насекоми може да се види около завода и първите гости на хотела са се преместили в техните скромни жилища.

Орифлейм рециклира в Индия

На 18 март 2022 г. – Световният ден на водата, Орифлейм Индия стартира своята инициатива за рециклиране #OriflameRecycles.

Започна с кампании за осведомяване и инструкции за рециклиране с Орифлейм на уебсайта на Орифлейм Индия. Бренд партньорите и потребителите бяха насърчени да донесат своите празни пластмасови контейнери в офисите на Орифлейм в Делхи, Мумбай и Колката, което доведе до около 100 кг пластмаса, събрана през годината. В Индия общо около 400 тона пластмаса беше събрана и изпратена за рециклиране и безопасна обработка чрез нашия партньор за управление на отпадъците през 2022 г.



Фондация Орифлейм

Нашата роля на амбициозна социално устойчива компания ни позволява да създадем много стойностни и положителни промени. Ние обаче искаме да достигнем по-далеч.

Ето защо се ангажираме с благотворителни организации по целия свят - това е нашият начин да създадем дългосрочна стойност за хората, с които не се свързваме чрез нашия бизнес, особено за онези деца и млади жени, които са най-уязвими в обществото.

Пазарите на Орифлейм набират пари за благотворителни организации, например чрез набиране на средства чрез продажби. Тези инициативи се координират под егидата на нашата независима фондация Орифлейм. През 2022 г. общата сума, събрана за благотворителност на пазарите на Орифлейм, беше 730 000 евро. През 2023 г. ще направим преглед на амбициите и дейностите на Фондация Орифлейм занапред.

Защо създадохме Фондация Орифлейм

Орифлейм винаги е подкрепял благотворителните каузи, но преди няколко години решихме, че ще постигнем по-голямо положително въздействие във всички региони, като обединим всичките си усилия под един чадър - Фондация Орифлейм, създадена като независима фондация. Фондацията ни

позволява да поемаме дългосрочни ангажименти и партньорства с благотворителност и да измерваме количеството, качеството и цялостното въздействие на нашите инвестиции. Тя също така укрепва репутацията ни на социално отговорна компания и привлича повече таланти и ориентирани към ценности служители и бренд партньори.

Как работи Фондацията

От самото начало Орифлейм се стреми да подкрепя НПО и благотворителни организации по целия свят. Те включват Световната фондация за децата, основана от Н.М. Кралица Силвия от Швеция и съосновател от Орифлейм и фондация af Jochnick. Фондация Орифлейм също предоставя безвъзмездни средства за проекти, които са избрани или инициирани от местните пазари, и/или прави дарения за проекти, за които бренд партньорите набират средства.

Средства, събрани чрез продажби

Преди в световен мащаб разработвахме и продавахме аксесоари и продукти за красота с цел набиране на средства. Сега това се прави на местно ниво на някои пазари и пазарите също така предлагат на клиентите възможност да направят допълнително дарение за определени благотворителни организации в края на своята онлайн поръчка. Пазарите също се насърчават да набират допълнителни средства чрез забавни,

творчески и иновативни дейности, например чрез спонсориране на разходки и томболи.

Доброволчество на служителите

Има много други начини, по които хората от нашия бизнес могат да допринесат за работата на Фондацията. Например, служителите са активно насърчавани да се включат в техните местни проекти и в дейности за набиране на средства или могат да подкрепят местни благотворителни организации, като доброволно отделят от времето си. Всички служители на Орифлейм имат право на един платен почивен ден за доброволчество и могат да подкрепят благотворителна организация по свой избор.



ORIFLAME
FOUNDATION

EMPOWERING CHILDREN



Регионални благотворителни инициативи

Бренд партньори събраха 37 000 евро в подкрепа на изоставени деца

Бренд партньорите в Чешката република и Словакия си сътрудничат с местни благотворителни организации, за да подкрепят изоставени деца, които често са изложени на риск да останат бездомни, финансово задължени или въввлечени в престъпна дейност. Общата събрана сума е внушителните 37 000 евро.

Събрани са 6000 евро за обновяване на център за подкрепа на младежи в Монголия

През 2022 г. Орифлейм Монголия събра 6000 евро за реновиране и пълно обзавеждане на център за подкрепа на младежи в провинция Баян-Улгий като част от по-голям ангажимент за подкрепа на психичното здраве, личностното развитие и образованието на деца и млади хора.

Орифлейм Казахстан подкрепи благотворителни проекти с 10 000 евро

Първият проект включваше сиропиталището Tansholpan в Караганда и включваше закупуване на мебели и оборудване на офиса и салона за красота в сиропиталището. Вторият проект, наречен „Ретинопатия“, подкрепи закупуването на

специален офталмоскоп и пособия за обучение на деца с намалено зрение. Третият проект беше конкурс за детска рисунка. 10-те най-добри рисунки бяха отпечатани върху чанти и благодарствени картички, които бяха включени в покупката на благотворителни продукти от каталога на Орифлейм.

Здравно образование за деца със загуба на слуха в Узбекистан

За международния ден на благотворителността Орифлейм Узбекистан стартира тримесечен проект съвместно с местна фондация. Лекарите и жестомимичен преводач посетиха 18 училища за деца с увреден слух в 12 региона на Узбекистан, за да предложат на децата общо здравно образование. Лекарите проведоха и семинари за здравето на момичетата. Общият проект е подкрепил 550 ученици.

16 100 евро събрани за благотворителност в CIS

За да отпразнува стартирането отново на Нежна Грижа, известен като най-нежният продукт на Орифлейм, Орифлейм в 10 страни от CIS посвети един от най-важните търговски раздели на каталога изцяло за благотворителност. От продадените 387 000 продукта, фиксирана сума беше дарена за благотворителни каузи в целия регион. Общо 16 100 евро бяха събрани за три седмици в подкрепа на местна благотворителна организация, която помага на деца в неравностойно положение в региона на CIS.

Благотворителност за Украйна

През 2022 г. хората на Орифлейм по целия свят обединиха усилията си, за да съберат повече от 138 000 евро чрез различни благотворителни акции в подкрепа на засегнатите от геополитическата ситуация в Украйна. Фондация Орифлейм си партнира със Save the Children, за да събере пари за децата в Украйна, като събра и дари общо 106 000 евро. На европейските пазари на Орифлейм много от нашите служители и бренд партньори също подкрепиха Украйна чрез местни проекти и инициативи. Нашите полски бренд партньори и служители отвориха домовете и сърцата си, за да подкрепят хората от съседната им страна. На украински семейства беше предложено настаняване в Полша с подкрепата на фондация af Jochnik и Орифлейм Украйна. Много от нашите служители помогнаха, като организираха настаняването на своите украински колеги, пристигащи в Полша. Орифлейм Украйна дари 10% от приходите от продуктите, продадени през триседмичен период, на фондацията „Дпомога Пациентам“ Грижа за пациентите в Украйна и събраните средства, 30 000 евро, бяха използвани за закупуване на оборудване за осигуряване на непрекъсваемо електрозахранване и водоснабдяване за интензивни отделения в Националния институт по сърдечно-съдова хирургия „Амосов“.

Португалия – помощ на засегнатия от бедност регион

Орифлейм Португалия си партнира с асоциация от жители и приятели на Палха Верде в Кабо Верде, за да посетят засегнатия от бедност регион и да помогнат на хората в нужда. Орифлейм дари тоалетни принадлежности от нашето портфолио, както и артикули от първа необходимост, включително ученически пособия, детски книжки, играчки, игри, топки, памперси, дрехи и обувки.



Орифлейм Китай дари 111 000 евро в подкрепа на деца сираци

През 2022 г. Орифлейм Китай дари 111 000 евро на фондация Chunhui Children в подкрепа на програмата Chunhui Mama в Ланджоу и Фуджоу CWI. Дарението е от полза за 181 деца сираци и е помогнало за обучението на 48 Chunhui Mamas, жени, които работят като гледачи на децата.

Орифлейм Нигерия – подкрепа за SOS Children's Village в Изоло

Орифлейм Нигерия събра общо 6600 евро в подкрепа на образованието на деца. Средствата бяха генерирани чрез продажба на благотворителни продукти в каталозите. В допълнение към тези средства, събрани от продажби, нашите бренд партньори и служители заедно дариха повече от 200

продукта, включително гелове за ръце, пасти за зъби и продукти Loving Care на SOS Children's Village в Изоло, Лагос.

Орифлейм Мароко в партньорство със SOS Детски селища

Орифлейм Мароко е официален партньор на SOS Детски селища повече от 12 години. Всяка година ние даряваме около 9100 евро в подкрепа на деца в нужда и нашите бренд партньори също могат да изберат да дарят чрез месечни плащания на SOS Детски селища в Мароко. Ние подкрепяме SOS Детски селища чрез инициативи в социалните медии като: 1Like = 1EUR за SOS Детски селища и като продаваме детски продукти в

нашите каталози и даряваме приходите на SOS Детски селища.

Подпомагаме за утвърждаването на жените в Индия чрез образование

Орифлейм Индия е свързана с Deeralaya от 2006 г. Deeralaya е организация с нестопанска цел и партньор в насърчаването на образованието на момичета в непривилегирани селски/бедни райони на Делхи-NCR. Училището Deeralaya в село Gusbethi в Харяна в момента има 1400 ученици от 1 до 12 клас. През 2022 г. Орифлейм Индия дари 35 000 евро в подкрепа на строителството и разширяването на училището и спонсорира обучението на петнадесет момичета.



Ангажираност на заинтересованите страни

Успехът на нашия бизнес се създава от хора, от нашите служители, бренд партньори, клиенти и доставчици, инвеститори и широката общественост. Всички тези заинтересовани страни са повлияни от нашите операции и бизнес решения и те с право очакват от нас – глобална компания – да следваме най-високо ниво на социална и екологична отговорност. Решени сме да бъдем лидер, когато става въпрос за удовлетворяване на тези очаквания.

За тази цел поддържаме редовни диалози и извършваме прегледи на това как нашият бизнес влияе на нашите заинтересовани страни, за да можем по-добре да разберем и включим техните очаквания и нужди в нашите бизнес решения. Чрез разбиране на социалните, екологичните или икономическите въздействия на нашия бизнес можем да предотвратим потенциални отрицателни въздействия, които бизнесът ни може да причини, да допринесе или да бъде пряко свързан с тях, или обратното, да засилим положителното си въздействие и да намерим нови възможности за положително бъдещо въздействие.

Освен това, ние се консултираме с неправителствени организации (НПО) и индустриални организации, за да обсъдим съществени теми и други предизвикателства, свързани с устойчивостта, както и да получим обратна връзка, за да оценим и тестваме ефективността на нашите усилия.

Организациите, изброени по-долу, са селекция от онези, на които Орифлейм е член или работи в тясно сътрудничество:

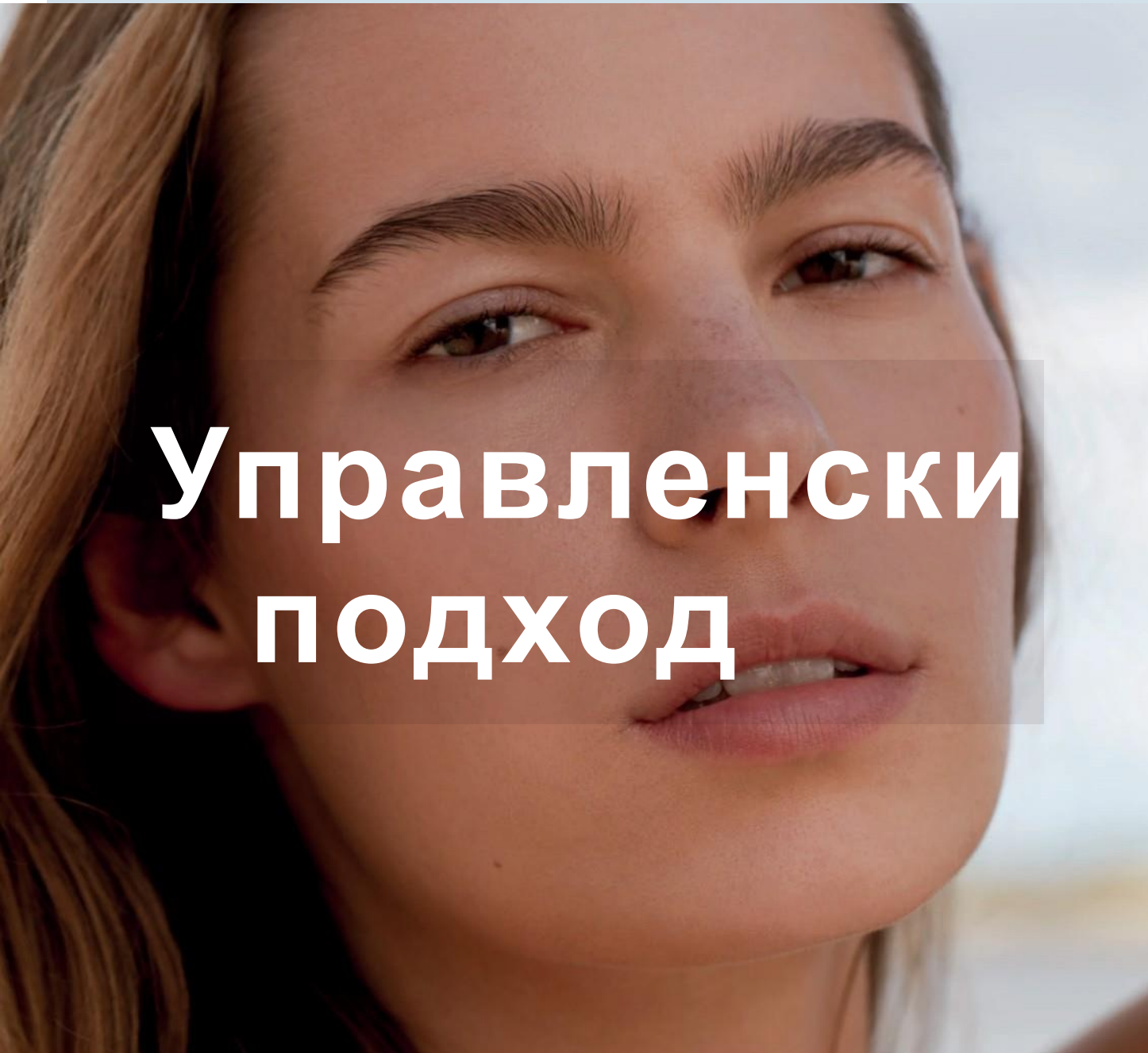
- Cosmetics Europe
- World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA)
- Seldia, the European Direct Selling Association
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- Responsible Mica Initiative (RMI)
- Forest Stewardship Council (FSC™)
- UN Global Compact
- Rainforest Alliance
- CDP
- Science Based Targets initiative
- EcoBeautyScore Consortium
- EcoVadis

	Въведение	Възможност за бренд партньори	Уважение към природата	Страст към хората	Общуване и ангажиране	Управленски подход
	Устойчивост в общуването	Регионални инициативи за устойчивост	Фондация Орифлейм	Регионални благотворителни инициативи	<u>Ангажираност на заинтересованите страни</u>	

Заинтересовани страни	Разбиране на въздействието върху групата на заинтересованите страни	Потенциални или действителни отрицателни или положителни въздействия, повдигнати от групи заинтересовани страни:
Служители	- Анонимни интервюта със служители - Тримесечен форум с регионални посланици на устойчивостта - Задълбочени интервюта с регионални посланици на устойчивостта - Въвеждане чрез канал за сигнализиране на нередности - NPS на служителите - Въпроси за CEO Connect - Прозрения, диалог и споделяне чрез интранет и вътрешни социални медии на Орифлейм - Прозрения на вътрешни експерти - Външен експертен опит като регионални профсъюзи и Международната организация на труда	- Хуманно отношение към животните - Кръговрат на продукта - Въздействие и действие върху климата - Култура и ценности - Разнообразие и включване - Икономика и стойност - Благосъстоянието на служителите - Утвърждаване, вземане на решения и корпоративна култура - Етика и управление - Утвърждаване на жените - Здраве и безопасност - Човешки права - ИТ и дигитален маркетинг - Сигурност на работното място - Хора и работа в екип - Признание и награди - Отговорен маркетинг - Комуникация и прозрачност - Стратегия за устойчивост - Упражнения и развитие
Бренд Партньори	- Задълбочено интервю с регионални управляващи директори - Запитвания за обслужване на клиенти - Глобално бренд проследяване - Бренд партньор NPS - Експертиза от регионална Seldia - Дълбочинни интервюта с регионални представители - Бизнес срещи, обучения, конференции и събития (редовно)	- Хуманно отношение към животните - Благотворителност - Кръговрат на продукта - Въздействие и действие върху климата - Общност - Икономика и стойност - Образование и информираност - Етика и управление - Утвърждаване на жените - ИТ и дигитален маркетинг - Създаване на работни места - Опаковки и отпадъци - Съставки на продукта - Безопасност на продукта - Отговорен маркетинг - Комуникация и прозрачност - Устойчив живот на продукта - Устойчиво снабдяване - Упражнение и развитие
Инвеститори*	- Срещи/разговори с инвеститори - Конферентни разговори за финансовата общност във връзка с тримесечни отчети - Посещение на семинари за финансовата общност - Срещи по корпоративни въпроси, включително срещи на Асоциацията за директни продажби (DSA). - Отговаряне на текущи въпроси на инвеститори и искания за докладване на данни - Участие и сътрудничество с ESG рейтингови компании - Външни доклади от Световния икономически форум, ESG рейтингови компании като Moody's Sustainalytics, McKinsey, Fitch Ratings и др..	- Хуманно отношение към животните - Антикорупция - Кръговрат на продукта - Въздействие и действие върху климата / околната среда - Разнообразие и включване - Икономика и стойност за бренд партньори - Етика и управление - Географски отпечатък - Здраве и безопасност - Човешки права - ИТ и дигитален маркетинг - Опаковки и отпадъци - Безопасност на продукта - Отговорен маркетинг - Комуникация и прозрачност - Социално въздействие във веригата на доставки - Устойчиво снабдяване - Упражнение и развитие - Управление на водите / въздействие

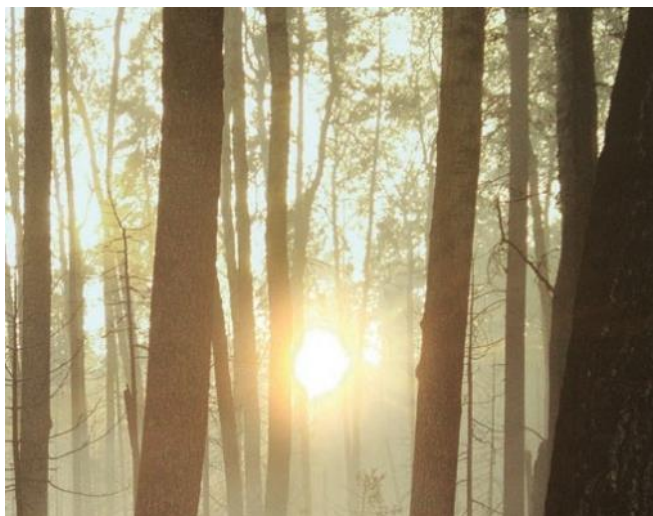
* В този доклад инвеститорите се наричат собственици на облигации.

	Въведение	Възможност за бренд партньори	Уважение към природата	Страст към хората	Общуване и ангажиране	Управленски подход	Приложение
	Устойчивост в общуването	Регионални инициативи за устойчивост	Фондация Орифлейм		Регионални благотворителни инициативи	<u>Ангажираност на заинтересованите страни</u>	
Заинтересовани страни	Разбиране на въздействието върху групата на заинтересованите страни				Потенциални или действителни отрицателни или положителни въздействия, повдигнати от групи заинтересовани страни:		
Потребители	• Регионални потребителски представители • Задълбочени интервюта с регионални управляващи директори • Отзиви от клиенти (коментари и въпроси) Глобални социални медии • Обслужване на клиенти на Орифлейм • Проучване на потребителите, основно фокусирано върху продукта (редовно) • Потребителски проучвания, понякога включващи бренд партньори в ролята им на потребители • Екип на Global Insights • Барометър за устойчивост на Mintel Consulting за 2022 г • Доклад за тенденциите на WGSN 2025 г • Бренд партньор NPS • Проучвания на клиенти				• Хуманно отношение към животните • Кръговрат на продукта • Въздействие и действие върху климата • Разнообразие и включване • Утвърждаване на жените • Гора: Загуба на биоразнообразие на сушата • Опаковки и отпадъци • Съставки на продукта • Безопасност на продукта • Отговорен маркетинг • Комуникация и прозрачност • Устойчив живот на продукта • Устойчиво снабдяване • Устойчива верига на доставки • Вода: Загуба на биоразнообразие в океаните • Благосъстояние		
Доставчици	• Одити за устойчивост • Задълбочени интервюта с вътрешни заинтересовани страни • EcoVadis самооценка на доставчика • Доклад за пропуски в EcoVadis • Външни експерти • Вътрешни проучвания и проучвания • Експерти в екипа за вътрешни поръчки				• Химикали в производството • Кръговрат на продукта • Въздействие и действие върху климата • Икономическо и създаване на стойност • Влияние върху околната среда • Етика и управление • Здраве и безопасност • Човешки и трудови права • Опаковки и отпадъци • Социално въздействие във веригата на доставки • Устойчиво снабдяване • Устойчива верига на доставки		
Общество	• Дълбочинни интервюта с регионални представители • Регионални проучвания • Вътрешни експерти • Доклади за глобална информация • Участие в индустриални инициативи и органи по стандартизация • Участие на общността, включително инициативи на Фондация Орифлейм • Участие в конференции и събития				• Антикорупция • Хуманно отношение към животните • Благотворителност • Кръгов живот на продукта • Въздействие и действие върху климата • Общност • Комуникация и прозрачност • Икономическо и създаване на стойност • Етика и управление • Овластяване на жените • Човешки права • Опаковки и отпадъци • Ресурси и суровини • Отговорен маркетинг • Социално въздействие във веригата на доставки • Устойчиво снабдяване • Управление на водите		



Управленски ПОДХОД

В тази глава от доклада сме събрали информация за някои от основите на добрата работа и устойчивостта. Това включва информация за нашата организация и нашия подход към рисковете за същественост и устойчивост.



Организация за подобрене

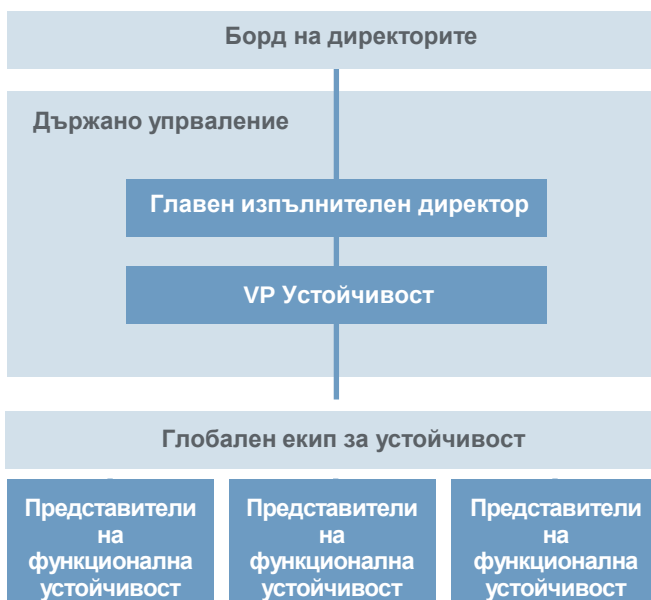
За да сме сигурни, че нашата стратегия за устойчивост е успешна, трябва да й отделим същото внимание, уважение и ниво на организация, както на другите ни бизнес стратегии. Ето защо нашият Главен Изпълнителен Директор и Борд на директорите наблюдават нашата стратегия за устойчивост и нашето въздействие върху икономиката, околната среда и хората.

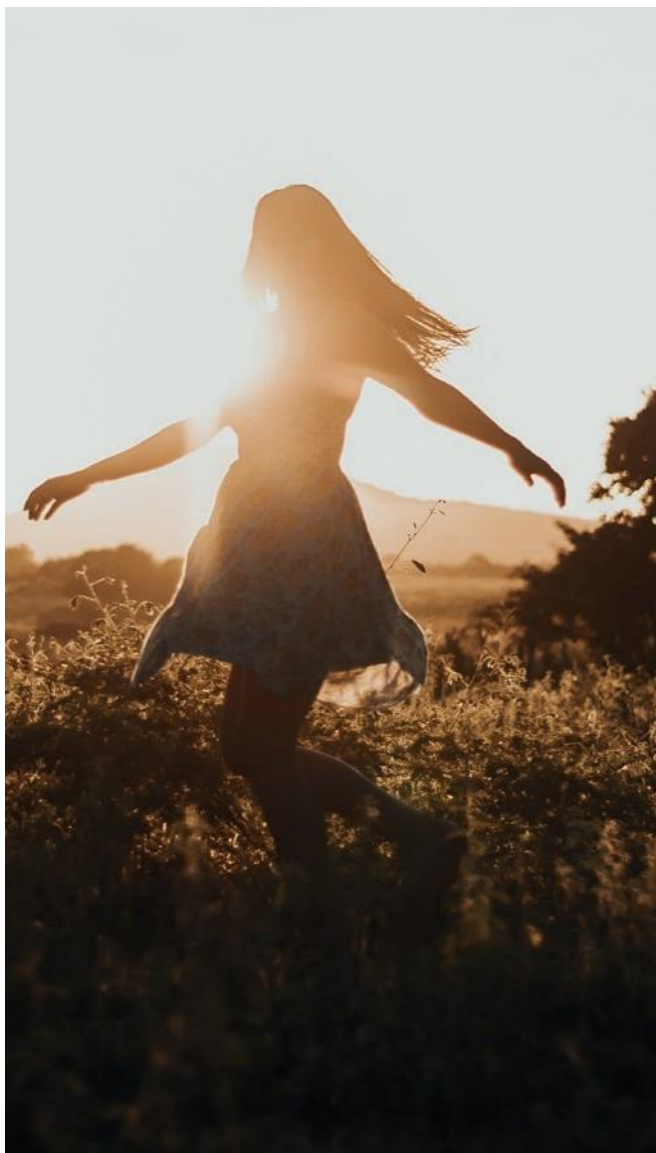
Вицепрезидентът по устойчивост ръководи глобален екип, който отговаря за идентифицирането на нашите съществени теми, разработването на глобални цели, подкрепата на организацията чрез идентифициране на ключови отговорности. Вицепрезидентът по устойчивост е част от нашето държавно управление и темите за устойчивостта са планирани в няколко от основните срещи на ръководството през годината, за да информират и обсъждат съответните съществени въпроси.

Въпреки това, поради съвместния характер на нашия бизнес и предприемчивите хора, които наемаме, ние сме структурирали нашата стратегия за устойчивост, така че отговорността за изпълнение на нейните ангажименти да е разпределена добре. Предприемхе няколко стъпки, за да гарантираме, че тази отговорност се усеща и се предприемат действия:

- Интегрирали сме целите за устойчивост в целите за ефективност на държавното управление и оттам те се прехвърлят към целите на оперативния екип и екипа за разработване на продукти.
- Осигуряваме непрекъснато обучение в специфични области на устойчивостта на тези, които го изискват, като Борда на директорите или конкретни отдели.
- Имаме глобален форум за посланиците на устойчивостта, за да се ангажират и да научат повече за стратегията и темите за устойчивост.
- Ние съобщаваме теми за устойчивост на нашите служители чрез срещи, конференции, сесии за обучение и интранет.
- Нашият Борд на директорите получава тримесечна актуализация по теми, свързани с устойчивото развитие чрез междинни отчети. В годишния стратегически преглед Бордът преглежда и одобрява стратегията за устойчивост. Вицепрезидентът по устойчивост се среща с държавното управление и борда, за да представи съответните теми и да бъде прегледан по отношение на техните отговорности, стратегия и изпълнение.

През 2022 г. на Одитния комитет и Борда бяха представени за преглед рисковете за устойчивост по отношение на климата, правата на човека, законодателството и корупцията. Работим върху повече начини за ангажиране на нашите служители и бренд партньори по проблемите на устойчивостта, например чрез кампании за активиране на бранда.





Същественост

Като глобална компания, ние влияем на света около нас. Искаме да предприемем действия, за да увеличим положителното си въздействие върху живота на хората, като същевременно намалим всички отрицателни въздействия върху околната среда. Следователно за нас е жизненоважно да разберем и идентифицираме нашите действителни и потенциални материални въздействия, както положителни, така и отрицателни.

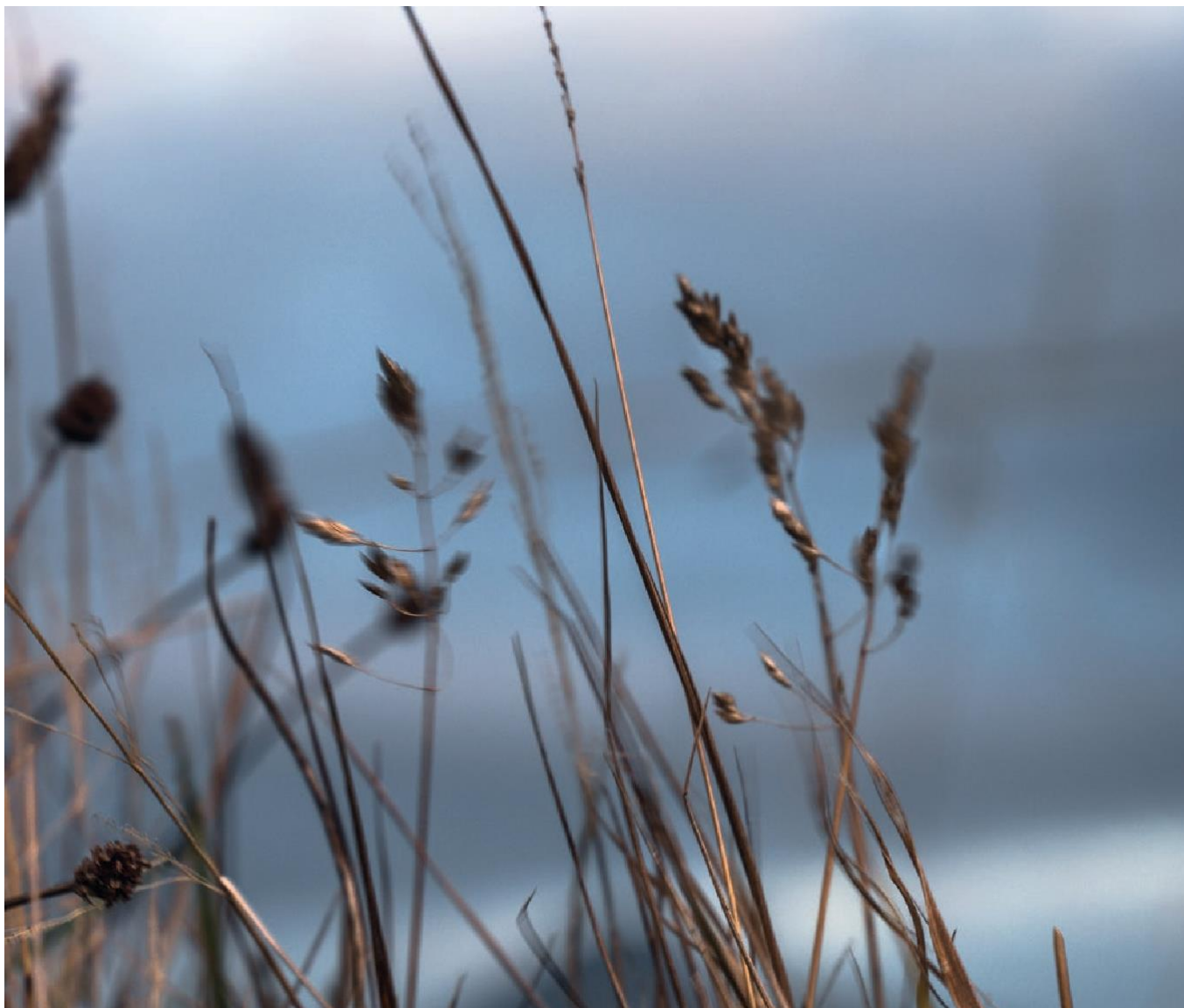
През 2022 г. проведохме оценка на съществеността, следвайки насоките на актуализираните стандарти на GRI 2021. В тази оценка предефинирахме нашия възглед за съществени теми, определяйки ги като теми, които представляват нашето най-значимо въздействие върху икономиката, околната среда и хората, включително въздействие върху техните човешки права. Въздействието може да бъде действително или потенциално и да показва отрицателния или положителния принос на нашата организация към устойчивото развитие.

Разбиране на нашето въздействие

Тази оценка на съществеността допълва нашата първоначална оценка, която беше проведена през 2014 г. и актуализирана през 2018 г.

Използвахме нашите съществуващи знания и изследвания, за да очертаем заинтересованите страни и експерти, нашите дейности и бизнес взаимоотношения, както и нашия контекст на устойчивост, за да формираме задълбочено разбиране на контекста, в който нашата организация съществува и къде могат да възникнат въздействия.

Това ни позволи да идентифицираме нашите действителни или потенциални въздействия, като се ангажираме с заинтересовани страни и съответните вътрешни и външни експерти, както и преглед на голям брой индустриални доклади, географски индекси на риска, изследвания на НПО и други съответни институции.



Устойчивост при рискове

Орифлейм идентифицира и анализира рискове, които имат потенциал да повлияят съществено върху дейността на Групата, включително рискове, предизвикани от устойчивостта, околната среда и човешките права. Списъкът с идентифицираните рискове и стратегията за смекчаване са налични в Годишния доклад за 2022 г. Успоредно с това Орифлейм оцени рисковете, които генерира за околната среда и човешката общност.

Тази оценка първоначално беше извършена от екипите за устойчивост и риск на Орифлейм през 2014 г. Първоначалната оценка, нейното актуализиране и смекчаването на рисковете бяха наблюдавани от вицепрезидента по устойчивост, който е част от ръководството. Рисковете, идентифицирани от тази оценка, са представени на следващите страници.



Организация за подобрение

Същественост

Устойчивост при рискове

Рискова зона	Описание	Облекчаване
Вода – въздействие на обектите на Орифлейм върху водните ресурси	Орифлейм може да повлияе на качеството на изхвърлената вода по време на производствения процес.	- Всички наши собствени производствени обекти имат пречиствателни станции за отпадни води. - Всички обекти са приложили мерки за повторно използване/спестяване на вода и имат въведени цели за ефективност на водата за 2030 г.
Вода – въздействие на Орифлейм продуктите върху водните ресурси	Някои продукти на Орифлейм изискват вода по време на потребителска употреба и съдържат съставки или странични продукти, които могат да бъдат вредни за околната среда.	- Всички нови продукти за грижа за кожата са формулирани така, че да бъдат биоразградими. - Орифлейм използва само ексфолианти с естествен произход (без пластмасови микрозърна или пластмасов блясък).
Гора – въздействието на Орифлейм продуктите върху горските ресурси	Орифлейм използва големи количества суровини, свързани с горите, като каталожна хартия и опаковки от хартия и картон, производни на палмово масло и масло от палмови ядки, които могат да допринесат за обезлесяването.	- Хартиени продукти: стремим се всички наши хартиени продукти (каталози и хартиени и картонени опаковки) да са от надеждни сертифицирани източници или рециклирани материали до 2025 г. - Палмово масло: ние сме член на RSPO и се стремим да доставяме 100% палмово масло, сертифицирано от Mass Balance, за суровините, използвани в нашето собствено производство, включително производни, както и в сапунени блокчета подизпълнители до 2025 г. - През 2022 г. разширихме ангажимента си отвъд хартията и палмовото масло до други суровини като кокос, ориз и соя, които могат да допринесат за риска от обезлесяване и преобразуване на екосистемите. Ангажираме се да се справим с обезлесяването, преобразуването на други естествени екосистеми и да зачитаме правата и поминъка на местните общности и коренното население.
Климат – пряко и непряко въздействие върху климата	Нашият бизнес отделя емисии на парникови газове (ПГ) както директно в нашите операции (Обхват 1 и 2), така и непряко в нашата верига на стойност (Обхват 3), което допринася за изменението на климата.	- За да намалим нашите емисии на парникови газове в съответствие с целите на Парижкото споразумение, ние сме си поставили цели за 2030 г., които са одобрени от инициативата Научно базирани цели. - От 2010 г. до 2020 г. ние намалихме нашите абсолютни емисии на парникови газове (обхват 1, обхват 2 и части от обхват 3) със 76% чрез прилагането на програма за намаляване на емисиите в цялата компания. - От 2019 г. ние компенсираме ежегодно емисиите на парникови газове, които не можем да намалим (обхват 1, обхват 2 и части от обхват 3). - От 2018 г. закупуваме проследимо възобновяемо електричество за всички обекти, управлявани от Орифлейм (офиси, производствени обекти и складове).



Рискова зона	Описание	Облекчаване
Корупция и подкупи	Орифлейм оперира в страни, където рискът от корупция е висок.	- Орифлейм има политика на нулева толерантност към активна или пасивна корупция. Групата има Кодекс за поведение на служителите, Политики и системи за контрол и Кодекс за поведение на доставчиците, както и механизъм за докладване на нарушения на съответствието за служителите. Няма потвърдени случаи на корупция през 2022 г. - Нашето ръководство поема годишен ангажимент за спазване на правилата, потвърждавайки спазването на Кодекса за поведение на Орифлейм през изминалата година и поемайки ангажимент за спазване през следващата година.
Здраве и безопасност при работа	Служителите на Орифлейм са изложени на рискове за здравето и безопасността при работа, особено в производствена, складова и лабораторна среда.	- Въведена система за управление на здравето и безопасността: - Обучение за служители - Одити - Докладване и разследване на аварии - Специални инициативи за намаляване на риска
Човешки права на служителите	Орифлейм има около 4700 служители по целия свят; тя трябва да гарантира, че човешките права на нейните служители се спазват при всякакви обстоятелства.	- Орифлейм има политика на нулева толерантност към всякаква форма на тормоз и всякаква форма на дискриминация. - Групата има Кодекс за поведение на служителите, политики и системи за контрол, както и механизъм за докладване на служители при нарушаване на съответствието. - Ние сме поели ангажимент да зачитаме правата на човека в нашите собствени операции и това е обобщено в нашия вътрешен ангажимент за правата на човека, одобрен от Борда и включен в нашите политики на ниво Група. - Когато навлизаме на нов пазар, ние извършваме оценка на въздействието върху човешките права.



Рискова зона	Описание	Облекчаване
Правата на човека при доставчиците	Нарушения на законодателството или на Кодекса за поведение на доставчиците на Орифлейм, свързани с човешките права, от страна на доставчиците на Орифлейм.	- Имаме Кодекс за поведение на доставчиците, който очертава нашите изисквания по отношение на условията на труд, здравето и безопасността, дискриминацията и човешките права, наред с други неща. Кодексът се прилага основно за всички наши доставчици от първо ниво, въпреки че очакваме нашите доставчици да прилагат Кодекса за поведение на доставчиците на Орифлейм в собствената си верига за стойност. Кодексът за поведение на доставчиците беше ревизиран през 2022 г. - Преку доставчиците са поканени в EcoVadis, за да оценят ефективността на устойчивостта, включително правата на човека. - Провеждат се одити за устойчивост, за да се потвърди съответствието с Кодекса за поведение на доставчиците на Орифлейм и минималните изисквания за устойчивост. - Прекратяваме съществуващи бизнес взаимоотношения с доставчици в случай на системни нарушения на правата на човека или системни случаи на корупция.
Безопасност на потребителите	Орифлейм разпространява козметични и уелнес продукти и като такива крайните потребители могат да бъдат изложени на рискове за здравето и безопасността от тяхната употреба.	- Орифлейм извършва щателна оценка на всички суровини. - Ние внимателно измерваме безопасните нива на концентрация. Нашият екип от експерти токсиколози гарантира, че съставките са безопасни за всяка предвидена употреба и целева потребителска група. - Тестваме нашите крайни козметични формули за съвместимост с кожата върху здрави доброволци в независими лаборатории и също така използваме тестове „ин витро“ (без животни), за да потвърдим допълнително безопасността на нашите продукти. - Всички наши хранителни продукти са напълно тествани от независими лаборатории и след това напълно прегледани от нашите вътрешни експерти, за да се гарантира, че винаги са безопасни за консумация. - След пускането на пазара, ние проактивно събираме обратна връзка от потребителите и данни за всякакви нежелани реакции, за да подобрим допълнително безопасността на нашите продукти.



Климатични сценарии

През 2022 г. Орифлейм започна да приема препоръките на Работната група за финансово оповестяване, свързано с климата (TCFD) за оценка на бъдещите рискове и възможности, свързани с климата, за да предостави на заинтересованите страни подходяща информация, както и да предвиди бъдещи въздействия, свързани с климата върху нашите операции.

За да ни помогне да разберем как бъдещите промени в климата могат да повлияят на нашите операции, през 2022 г. проведохме качествен анализ и очертахме три възможни климатични сценария. Тези сценарии имат за цел да предскажат различни усилия за смекчаване на изменението на климата, като политически, регулаторни, пазарни и технологични усилия, както и усилията на обществото да се адаптира към последиците от него, могат да повлияят на нашите бъдещи операции.

Трите сценария, които идентифицирахме, се основават на публично достъпните сценарии на Междуправителствения панел по изменение на климата (IPCC) на ООН и обхващат три различни възможни пътя на социално и физическо развитие.

Тези пътища обхващат до 2100 година и се основават на:

- Най-добрият сценарий: SSP1*-2.6**, в съответствие с Парижкото споразумение и инициативата за научнообосновани цели
- Междинният сценарий: SSP2*-4.5**
- Сценарият „бизнес както обикновено“, SSP3*-7.0**

Идентифицираните сценарии и преходни и физически рискове са както следва:

Най-добрият сценарий

При този сценарий светът действа навреме, за да смекчи ефектите от изменението на климата в съответствие с Парижкото споразумение, т.е. доста под 2 градуса. Този сценарий се характеризира преди всичко от прехода, воден от строга политика и регулиране за значително намаляване на емисиите за смекчаване на изменението на климата. Това вероятно ще се отрази неблагоприятно на цената и наличността на суровините на Орифлейм. Това също може да доведе до ограничения, които биха могли да повлияят на логистиката в нашите глобални вериги за доставки и преките ни операции. Чрез смекчаване на нашите отрицателни въздействия върху изменението на климата, ние засилваме устойчивостта си към

* SSP= Споделеният социално-икономически път са сценарии, разработени от Междуправителствената група по изменение на климата (IPCC) на ООН.

** Описва пътеката на представителната концентрация (RCP) за радиационно въздействие, изразена във W/sq. м. Високите нива на парникови газове (напр. 7,0) водят до високи нива на радиационно въздействие.

рисковете, свързани с този сценарий, както е описано в нашия раздел относно рисковете за устойчивост.

Междинният сценарий

В междинния сценарий светът не действа достатъчно бързо, за да смекчи достатъчно ефектите от изменението на климата и в резултат на това политиката и регулирането на емисиите ще бъдат приложени по-късно, отколкото в най-добрия сценарий. При този сценарий изменението на климата прогресира и води както до остри, така и до хронични физически въздействия като обилни валежи, по-дълги периоди на суша или крайбрежни наводнения. Това вероятно ще има съществено отрицателно въздействие върху снабдяването със съставки на Орифлейм и особено за съставките, свързани с горите. Чрез снабдяването със сертифицирани съставки, замяната на хартиените каталози с дигитални инструменти, както и възприемането на ангажимент за горите, ние укрепваме нашата устойчивост, като същевременно намаляваме въздействията си,

Сценарият за обичайния бизнес

Сценарият „обичайния бизнес“ е базов път на емисиите „без политика“, при който се прилагат минимални нива на смекчаване и нивата на парникови газове почти се удвояват до края на века. Този сценарий представлява бъдеще с големи предизвикателства както за смекчаване, така и за адаптиране към последиците от изменението на климата. В този сценарий ефектите от изменението на климата водят до масивни миграции, възражда се национализъм, загриженост за конкурентоспособността и

сигурността и регионални конфликти. Следователно държавите се съсредоточават все повече върху вътрешни или най-много регионални проблеми.

При този сценарий както острите, така и хроничните физически рискове, свързани с доставката на енергия и съставки, се засилват от въздействието на изменението на климата върху водоснабдяването, повишаването на температурите и екстремните метеорологични явления. Рисковете от преходния пазар и веригата на доставки вероятно ще се засият и ще доведат до по-високи разходи поради нарастващите граждански вълнения, недостига на ресурси и нарастващия национализъм и протекционизъм. С широкообхватно глобално присъствие както в операциите, така и на пазарите, гражданските вълнения могат да нарушат нашите операции или вериги за доставки.

Рискове при прехода

Като признаваме, че законодателните рамки на работещите пазари се променят бързо, ние адаптирахме нашата стратегия за устойчивост, за да смекчим допълнително нашето въздействие в тези области и следователно рисковете. Вече сме намалили значително нашите въздействия и емисии на парникови газове, за да увеличим устойчивостта си в случай на потенциални законови или регулаторни ограничения. Ние ще продължим да наблюдаваме глобалното развитие на околната среда и ще интегрираме стратегията за устойчивост в стратегиите за продукти и опаковки и ще продължим да разработваме докладване за устойчивост, за да отразим промените в законодателството и изискванията на заинтересованите страни. Въпреки усилията ни да намалим рисковете от прехода, винаги съществува известен риск нашите операции да бъдат засегнати. Това се отнася



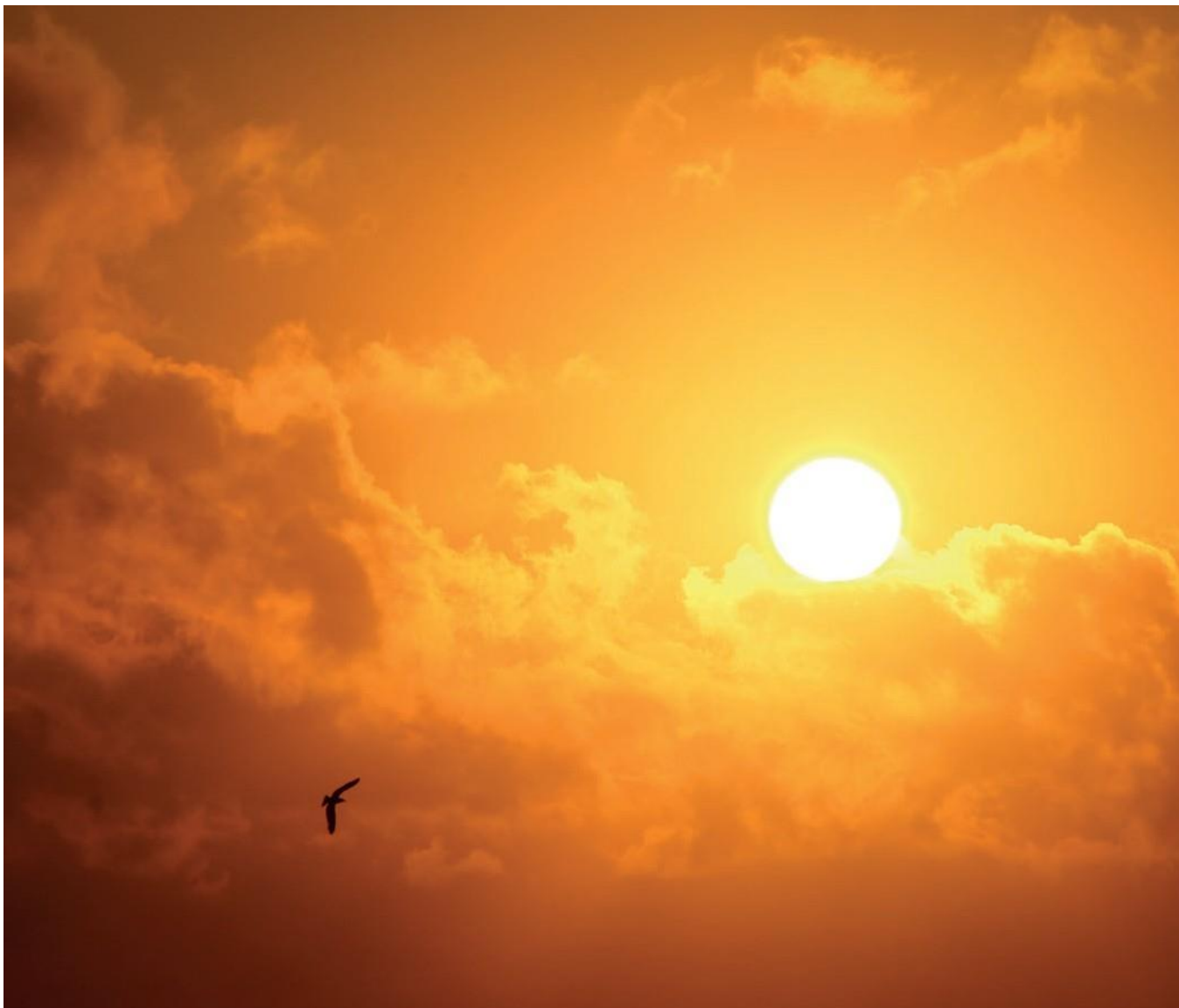


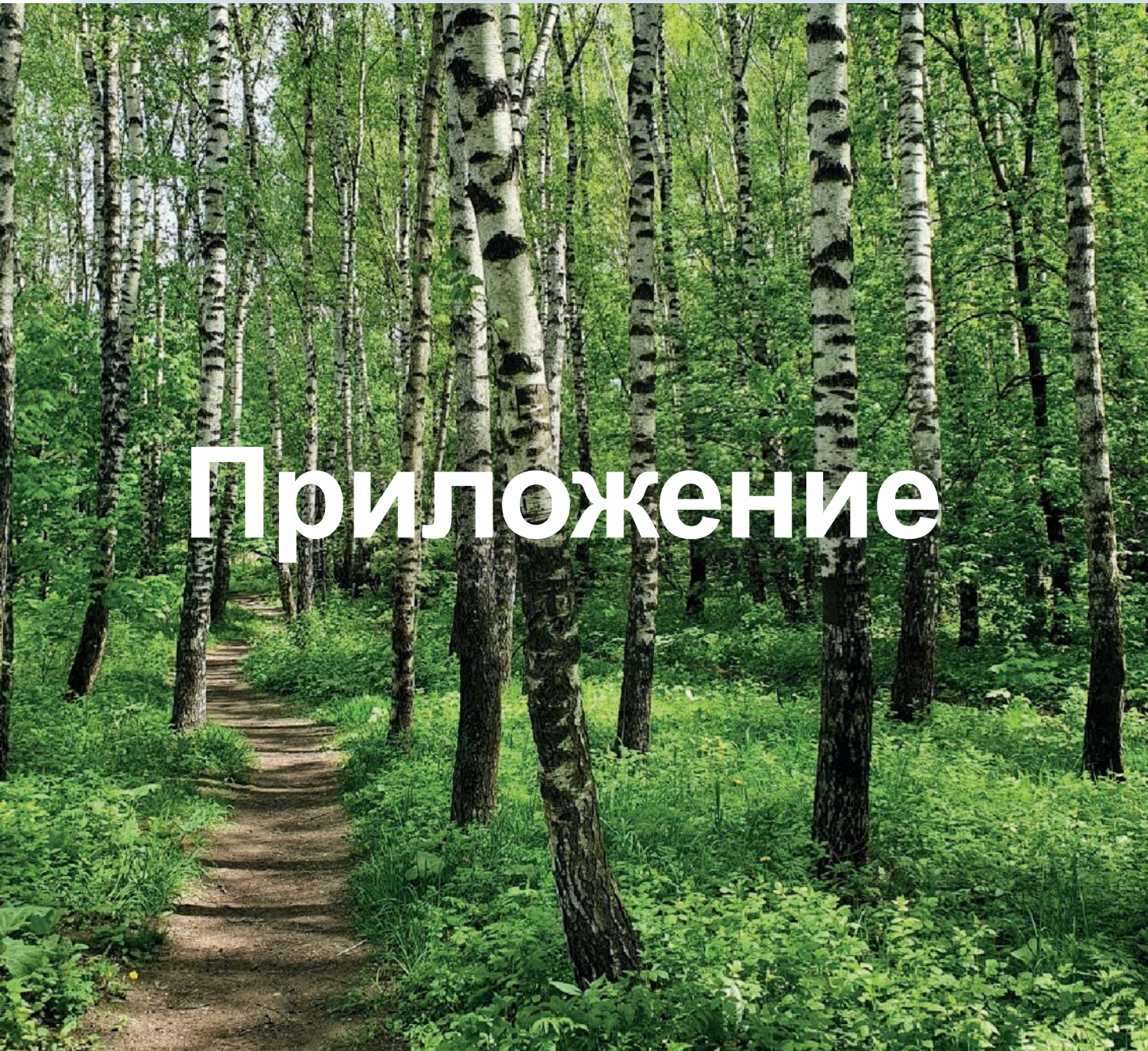
предимно за регулаторните рискове и рисковете от пазарния преход. Повишените данъци и други регулации за енергия и емисии биха довели до по-високи разходи и биха повлияли на рентабилността на компанията.

Физически рискове

Най-вероятните идентифицирани физически рискове са спад на подземните води, по-дълги периоди на суша, обилни валежи и крайбрежни наводнения. Те вероятно ще повлияят отрицателно на цената и наличността на нашите суровини. Осъзнаваме, че нашият принос към изменението на климата е риск за нашия бизнес и ние непрекъснато смекчаваме приноса, като намаляваме емисиите, произтичащи от нашите операции. През 2021 г. Орифлейм се ангажира с научно обосновани климатични цели за 2030 г., да намали допълнително нашите емисии. Чрез нашите усилия ние постепенно смекчаваме риска да бъдем засегнати от потенциални законови и регулаторни ограничения, като същевременно намаляваме въздействията си, Орифлейм наблюдава съставките, чиито доставки вероятно ще бъдат засегнати от изменението на климата, като същевременно непрекъснато търси алтернативни съставки. През 2022 г. предприехме следващите стъпки към по-нататъшно укрепване на нашата устойчивост, като поехме ангажимент за горите.

Като наша следваща стъпка ще разширим нашия анализ с количествена оценка на финансовите рискове, свързани с ефектите от изменението на климата във всеки сценарий. Чрез такава оценка ние ще разберем по-добре бъдещите последици от изменението на климата за нашата компания и ще можем съответно да приведем нашата стратегия за устойчивост и цели.





Приложение

В това Приложение обобщаваме нашата работа по устойчивост, свързана с Sustainable Development Goals (SDGs) Целите за устойчиво развитие (ЦУР) и нашата ефективност в областта на устойчивостта, включително нашия SASB индекс, TCFD индекс и GRI индекс на съдържание.



SDG Индекс - Целите за устойчиво развитие (ЦУР)

Програмата до 2030 г. за устойчиво развитие и 17-те цели за устойчиво развитие (ЦУР) бяха приети от всички държави-членки на ООН през 2015 г. ЦУР са универсален призив за действие за премахване на бедността, защита на планетата и гарантиране, че всички хора се радват на мир и просперитет. Тези цели възнамеряват да създадат дългосрочни действия за справяне с най-належащите проблеми в света до 2030 г. Орифлейм е член на Глобалния договор на ООН от 2009 г. и признава важността на ЦУР, откакто бяха замислени през 2015 г.

Въпреки че имаме възможност да подкрепим всички поставени цели, ние идентифицирахме някои като по-подходящи за нашия бизнес, особено когато изпълняваме нашата стратегия за устойчивост.



Осигуряване на здравословен живот и насърчаване благосъстоянието на всички възрасти

Намаляване на въздействието
върху околната среда в
областта на водата, въздуха и
отпадъците

[стр. 24–62](#)

Здраве и безопасност на
служителите

[стр. 64–69](#)

Да се уверим, че всяка съставка,
която използваме, и всеки
продукт, който продаваме,
отговарят на нашите високи
стандарти за качество и
безопасност

[стр. 74–75](#)



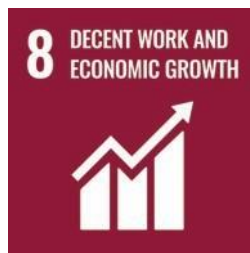
Постигане на равенство между половете и утвърждаване на всички жени и момичета

Предоставяне на бренд
партньори, главно жени,
възможност за растеж,
развитие и работа в мрежа

[стр. 15–23](#)

Създаване на разнообразна
глобална работна сила на
всички нива на управление

[стр. 64–69](#)



Насърчаване на приобщаващ и устойчив икономически растеж, пълна и продуктивна заетост и достоен труд за всички

Поддържане на глобална работна сила от приблизително 4700 служители в повече от 60 страни със 70 националности

[стр. 64–69](#)

Предоставяне на бренд партньорите възможност за допълнителен доход

[стр. 15–23](#)

Създаване на разнообразна глобална работна сила на всички нива на управление

[стр. 64–69](#)



Осигуряване на устойчиви модели на потребление и производство

Увеличаване на използването на рециклирани материали и възобновяеми материали в опаковките на продуктите

[стр. 43–48](#)

Преглед на всички нови суровини въз основа на естественост, въздействие върху околната среда, етичност и проследимост

[стр. 49–55](#)

Иновации в разработването на формули

[стр. 49–55](#)



Предприемане на спешни действия за борба с изменението на климата и последиците от него

Намаляване на емисиите на парникови газове в нашите собствени операции и верига на стойността

[стр. 34–42](#)

Подобряване на енергийната ефективност в нашите производствени обекти

[стр. 34–42](#)

Снабдяване с възобновяема електроенергия във всички обекти, управлявани от Орифлейм

[стр. 34–42](#)

Инсталиране на слънчеви панели в нашите производствени обекти в Индия и Полша

[стр. 34–42](#)



Съхраняваме и използваме устойчиво океаните, моретата и морските ресурси за устойчиво развитие

Разработване на продукти за грижа за кожата и лична хигиена, формулирани да бъдат биоразградими

[стр. 25–28](#)

Забрана използването на пластмасови микрозърна и пластмасов блясък в нашите продукти

[стр. 25–28](#)

Подобряване на водната ефективност в нашите производствени обекти

[стр. 25–28](#)



Защита, възстановяване и насърчаване на устойчивото използване на сухоземните екосистеми, устойчиво управление на горите, борба с обезлесяването, спиране и обръщане на деградацията на земята и спиране на загубата на биологично разнообразие

Снабдяване с хартия, картон, каталози, дърво и палмово масло от устойчиви източници

[стр. 29–33](#)

Избягване на използването на материали, извлечени от защитена или застрашена флора и фауна

[стр. 49–55](#)



Насърчаване на мирни и приобщаващи общества за устойчиво развитие, осигуряване на достъп до правосъдие за всички и изграждане на ефективни, отговорни и приобщаващи институции на всички нива

Спазване на правата на човека за служителите и доставчиците чрез Кодекса за поведение на служителите и Кодекса за поведение на доставчиците

[стр. 70–73](#)

Извършване на оценка на риска за правата на човека при навлизане на нов пазар

[стр. 70–73](#)

Наличие на механизъм за докладване на нарушения на съответствието, достъпен за всички заинтересовани страни

[стр. 70–73](#)

Прекратяване на съществуващи бизнес отношения с доставчици в случай на систематични нарушения на правата на човека или системни случаи на корупция

[стр. 70–73](#)



Обобщение на ефективността

Екологично представяне

Вода		2020	2021	2022	Мерна единица
Продукти, разработени с ексфолианти от естествен произход (нулеви пластмасови микрозърна)		100	100	100	%
Нови разработки за грижа за кожата и лична хигиена, формулирани да бъдат биоразградими		100	100	100	%
Общо изтеглена вода	Всички съоръжения	322	336	327	Мегалитри
	Производствени обекти	255	258	190	
	Офиси и складове	67	78	137	
Общо консумирана вода	Всички съоръжения	169	194	200	Мегалитри
	Производствени обекти	155	151	110	
	Офиси и складове	14	43	90	
Общо изтичане на вода	Всички съоръжения	153	142	127	Мегалитри
	Производствени обекти	99	106	79	
	Офиси и складове	54	36	48	



SDG индекс

**Обобщение на
ефективността**

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Гора		2020	2021	2022	Мерна единица
Количество на опаковката на продукта		1,360	5,884*	1,006**	тон
Количество каталожна хартия		9,960	12,813	6,107*	тон
Каталози от надеждни сертифицирани източници или рециклирани материали		99	99	98*	%
Опаковка на продукта	От FSC™ сертифицирани източници	96	99	88	%
	От рециклирани материали	0	<1	2	%
	От девствени несертифицирани източници	4	<1	10	%
Количество сертифицирани устойчиви производни на палмово масло и масло от палмови ядки в нашите суровини	Масов баланс	806	1,245	1,417	тон
	RSPO & Изискване на кредити	636	233	74	тон
Количество сертифицирани устойчиви производни на палмово масло и масло от палмови ядки в нашите подизпълнители сапунчета	Масов баланс	1,894	1,691	1,163	тон
	RSPO & Изискване на кредити	312	229	230	тон
Дял на сертифицирани устойчиви производни на палмово масло и масло от палмови ядки в нашите суровини	Масов баланс	56	84	95	%
	RSPO & Изискване на кредити	44	16	5	%
Дял на сертифицирани устойчиви производни на палмово масло и масло от палмови ядки в нашите подизпълнители сапунчета	Масов баланс	86	88	83	%
	RSPO & Изискване на кредити	14	12	17	%
Дял на производните на палмово масло и масло от палмови ядки в нашите суровини	Палмово масло	N/A	18	12	%
	Масло от палмови ядки	N/A	82	88	%

*Неправилни отчетени обеми за 2021 г. Правилната информация ще бъде актуализирана през следващия отчетен период.

**Данни от проучване на доставчика на оценка на горите. Процент на отговор от 89%.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Гора		2020	2021	2022	Мерна единица
Дял на производни на палмово масло и масло от палмови ядки в нашите подизпълнители сапунчета	Палмово масло	N/A	80	80	%
	Масло от палмови ядки	N/A	20	20	%
CDP Резултат	Гора - дървен материал	C	A-	B	Резултат (A-D)
	Горско - палмово масло	C	B	A-	Резултат (A-D)



Емисии на парникови газове в обхвата на нашите одобрени научнообосновани цели

Източник на емисии на ПГ	Обхват	Включени в научнообосновани цели
Стационарно изгаряне на гориво	Обхват 1	●
Автопарк	Обхват 1	●
Зареждане на хладилни агенти	Обхват 1	●
Закупена електроенергия, топлина, пара и охлаждане (пазарно)	Обхват 2	●
Закупени стоки и услуги	Обхват 3	◐
Средства за производство	Обхват 3	Незначителни, тъй като емисиите на ПГ са $\leq 0,01\%$ от общите
Дейности, свързани с горива и енергия	Обхват 3	Изключен от SBT поради ограничено въздействие върху намаляването на емисии на парникови газове
Транспорт и дистрибуция нагоре по веригата	Обхват 3	●
Отпадъци, генерирани при операции	Обхват 3	◐
Бизнес пътуване	Обхват 3	◐
Пътуване на служители	Обхват 3	Изключен от SBT поради ограничения в събирането на данни за дейността
Наети активи нагоре по веригата	Обхват 3	Изключен от SBT поради ограничено въздействие върху намаляването на емисиите на парникови газове
Транспорт и дистрибуция надолу по веригата	Обхват 3	●
Обработка на продадени продукти	Обхват 3	Не е приложимо за Орифлейм
Използване на продадени продукти	Обхват 3	◐
Третиране в края на жизнения цикъл на продадените продукти	Обхват 3	Изключен от SBT поради ограничения в събирането на данни за дейността
Наети активи надолу по веригата	Обхват 3	●
Франчайзи	Обхват 3	Незначителни, тъй като емисиите на ПГ са $\leq 0,01\%$ от общите
Инвестиции	Обхват 3	Не е приложимо за Орифлейм

● = Напълно включен

◐ = Частично включено

	Въведение	Възможност за бренд партньори	Уважение към природата	Страст към хората	Общуване и ангажиране	Управленски подход	Приложение
	SDG индекс	<u>Обобщение на ефективността</u>	SASB индекс	TCFD индекс	GRI индекс	Относно този доклад	

Климат		2019	2021	2022	Мерна единица
Абсолютен обхват 1 и 2 емисии на ПГ		6,931 (Базово ниво)	5,402 (-22% срещу 2019)	4,532 (-35% срещу 2019)	тон CO ₂ e
Обхват 3 Емисии на ПГ на продадена единица		788 (Базово ниво)	604 (-23% срещу 2019)	638 (-19% срещу 2019)	тон CO ₂ e за милиони продадени единици
Обхват 1 Емисии на ПГ	Общ обхват 1	5,242	3,796	3,281	тон CO ₂ e
	Изгаряне на гориво	2,598	2,442	1,992	тон CO ₂ e
	Автомобили, собственост на Орифлейм	988	621	660	тон CO ₂ e
	Зареждане на хладилни агенти	1,656	733	628	тон CO ₂ e
Обхват 2 Емисии на ПГ	Общ обхват 2 (пазарен)	1,689	1,606	1,251	тон CO ₂ e
	Общ обхват 2 (локално базиран)	18,647	15,064	12,482	тон CO ₂ e
Обхват 3 Емисии на ПГ**	Общ обхват 3	316,334	207,583*	157,585	тон CO ₂ e
	Закупени стоки и услуги	185,245	92,493	75,230	тон CO ₂ e
	Транспорт и дистрибуция нагоре по веригата	15,095	10,769	7,072	тон CO ₂ e
	Отпадъци, генерирани при операции	3,047	724	748	тон CO ₂ e
	Бизнес пътуване	8,401	4,335	3,715	тон CO ₂ e
	Транспорт и дистрибуция надолу по веригата	53,330	51,800*	40,230	тон CO ₂ e
	Използване на продадени продукти***	4,321	3,943	2,165	тон CO ₂ e
	Наети активи надолу по веригата	46,895	43,519	28,425	тон CO ₂ e
CDP резултат - климат		B	B	B	резултат (A-D)

*Емисиите от транспортиране и разпределение надолу по веригата през 2021 г. (50 891 tCO₂e, както е съобщено в Доклада за устойчивост 2021 г.) бяха преизчислени през 2022 г. Това доведе до общи емисии от обхват 3 207 583 tCO₂e през 2021 г. (206 674 tCO₂e, както е съобщено в Доклада за устойчивост 2021 г.). Емисиите от обхват 3 на милион продадени единици бяха 604 tCO₂e/милион единици през 2021 г. (600,9 tCO₂e/милион единици, както е съобщено в Доклада за устойчивост 2021 г.), а намалението на емисиите на парникови газове от обхват 3 на продадена единица през 2021 г. спрямо 2019 г. е 23% (24% както е съобщено в Доклад за устойчивост 2021 г.).

**Обхват 3 Емисии на парникови газове в обхвата на нашите одобрени научнообосновани цели. Цифрите на CDP Климат, изпращани ежегодно, може да се различават, тъй като включват и източници на емисии, които са били изключени от нашите научнообосновани цели.

***Емисионните фактори за n-бутан и пропан, използвани за изчисляване на данните за емисиите на парникови газове през 2021 г., 2022 г., не се основават на доклада AR6 на IPCC, за да останат в съответствие с изчислението на данните за базовата 2019 г.



SDG индекс

**Обобщение на
ефективността**

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Консумация на електроенергия**2020****2021****2022****Мерна единица**Възобновяема електроенергия в обекти, управлявани от
Орифлейм (офиси, складове, производствени обекти)

100

100

100

%

**Консумация на енергия на всички обекти (маслини, складове, производствени
обекти)*****2020****2021****2022****Мерна единица**

Консумация на енергия от възобновяеми източници

26,200

25,320

22,850

MWh

Консумация на енергия от невъзобновяеми източници

22,090

22,330

17,440

MWh

Консумация на
енергия по
източник (в
рамките на
организацията)

Обща консумация на енергия

48,290

47,650

40,290

MWh

Възобновяема електроенергия

26,150

25,250

22,760

MWh

Природен газ

11,560

11,870

8,040

MWh

Топлофикация

9,750

9,400

7,330

MWh

Централно охлаждане

50

60

90

MWh

Дизел

690

810

2,070

MWh

Олио за изгаряне

90

260

N/A

MWh

Коефициент на потребление на енергия (в рамките на организацията)

42

47

44

MWh за млн. евро продажби

* Числата са закръглени до най-близките 10.

Отпадъци в собствени производствени обекти*	2019 (базово ниво)	2021	2022	Мерна единица
Дял на рециклираните отпадъци (с изключение на опасните отпадъци)	N/A	68	72	%
Дял на отпадъците, изпратени на депо	1	<1	0	%

Производствени* отпадъци, отклонени от депониране		2020	2021	2022	2020	2021	2022	Мерна единица
	Състав на отпадъците	Компостиран			Рециклиран			
Неопасни отпадъци	Метал и стъкло	N/A	0	0	N/A	92	56	Тон
	Дърво, хартия и картон	N/A	0	0	N/A	1,216	895	Тон
	Пластмаса	N/A	0	0	N/A	148	115	Тон
	Други неопасни отпадъци	N/A	127	166	N/A	0	2	Тон
Опасни отпадъци	Електроника	N/A	0	0	N/A	<1	2	Тон
	Суровини (консумативи и опаковки)	N/A	0	0	N/A	85	62	Тон
Общо		147	127	166	1,718	1,541	1,132	Тон

* Нашият производствен обект за Wellness в Китай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни за оперативни подобрения.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Производствени* отпадъци, насочени към депониране		2020	2021	2022	2020	2021	2022	Мерна единица
	Състав на отпадъците	Изпепелен			Депониран			
Неопасни отпадъци	Метал и стъкло	N/A	0	0	N/A	0	0	Тон
	Дърво, хартия и картон	N/A	23	11	N/A	0	0	Тон
	Пластмаса	N/A	25	18	N/A	0	0	Тон
	Други неопасни отпадъци	N/A	496	399	N/A	6	0	Тон
Опасни отпадъци	Електроника	N/A	<1	0	N/A	0	0	Тон
	Суровини (консумативи и опаковки)	N/A	143	58	N/A	<1	0	Тон
Общо		265	687	486	3	7	0	Тон

* Нашият производствен обект за Wellness в Китай беше изключен от целта поради ограничения на собствеността, ограничаващи възможностите ни за оперативни подобрения.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Отклонени от депониране отпадъци от офиси и складове		2020	2021	2022	2020	2021	2022	Мерна единица
	Състав на отпадъците	Компостиран			Рециклиран			
Неопасни отпадъци	Метал и стъкло	N/A	0	0	N/A	7	13	Тон
	Дърво, хартия и картон	N/A	9	0	N/A	1,687	1,371	Тон
	Пластмаса	N/A	0	0	N/A	43	32	Тон
	Други неопасни отпадъци	N/A	39	28	N/A	5	123	Тон
Опасни отпадъци	Електроника	N/A	0	0	N/A	<1	1	Тон
	Суровини (консумативи и опаковки)	N/A	0	0	N/A	52	1	Тон
Общо		69	48	28	1,380	1,794	1,541	Тон

Отклонени от депониране отпадъци от офиси и складове		2020	2021	2022	2020	2021	2022	Мерна единица
	Състав на отпадъците	Изпепелен			Депониран			
Неопасни отпадъци	Метал и стъкло	N/A	0	28	N/A	28	50	Тон
	Дърво, хартия и картон	N/A	0	51	N/A	5	214	Тон
	Пластмаса	N/A	70	15	N/A	<1	102	Тон
	Други неопасни отпадъци	N/A	3	3,763	N/A	42	477	Тон
Опасни отпадъци	Електроника	N/A	<1	0	N/A	0	0	Тон
	Суровини (консумативи и опаковки)	N/A	3	3	N/A	1	1	Тон
Общо		37	118	3,860	1,444	942	844	Тон

Формулировки	2020	2021	2022	Мерна единица
Нови козметични и уелнес суровини, проверени в нашия процес за обосновка на съставките	100	100	100	%
Алкохоли с естествен произход в продуктите на Орифлейм	100	100	100	%
Приходи, произхождащи от продукти, съдържащи съставки в списъка с кандидати за SVHC по REACH	N/A	222	139*	млн. евро
Дял от приходите, произтичащи от продукти, съдържащи съставки в списъка с кандидати за SVHC по REACH	16	22	15*	%

*Списък с кандидати декември 2022 г.



Социално представяне

Създаване на възможности за бренд партньори	2020	2021	2022	Мерна единица
Бонус за бренд партньор и отстъпки за ефективност	315	249	244	млн. евро
Пазари с нашата платформа за електронно обучение	50	51	50	Брой пазари

Наемане на работа		2020*	2021*	2022*	Мерна единица
Общо служители		5,660	5,205	4,715	Брой лица
Служители по трудов договор	Постоянен	5,229	4,671	4,299	Брой лица
	Временен	431	534	416	Брой лица
Служители по вид заетост	Пълен работен ден	5,570	5,157	4,668	Брой лица
	Не пълен работен ден	90	48	47	Брой лица
Служители по възрастови групи	<30 години	1,054	1,009	746	Брой лица
	30-39 години	2,559	2,205	1,898	Брой лица
	40-49 години	1,539	1,448	1,450	Брой лица
	50-59 години	454	480	544	Брой лица
	>59 години	54	63	44	Брой лица



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Наемане на работа		2020*	2021*	2022*	Мерна единица
Служители по региони	Латинска Америка	572	400	407	Брой лица
	Европа	1,008	1,239	1,262	Брой лица
	Общност на независимите държави	1,373	1,126	1,071	Брой лица
	Азия	1,379	1,041	1,005	Брой лица
	Турция и Африка	572	414	398	Брой лица
	Корпоративни офиси и GSO	756	985	572	Брой лица
Служители по длъжност	Глобален мениджърски екип	198	223	179	Брой лица
	Управляващи директори	33	27	33	Брой лица
	Регионални директори	10	14	8	Брой лица
	Управител в държавата	10	11	10	Брой лица
	Борд на директорите	5**	5**	7**	Брой лица
Общ брой работници, които не са служители		N/A	N/A	1,100***	Брой лица****
Служители на постоянен договор по региони	Латинска Америка	572	369	383	Брой лица
	Европа	923	1,095	1,122	Брой лица
	Общност на независимите държави	1,352	1,077	1,045	Брой лица
	Азия	1,113	831	816	Брой лица
	Турция и Африка	567	399	390	Брой лица
	Корпоративни офиси и GSO	702	885	543	Брой лица

* Среден FTE

** Oriflame Holding Ltd

*** Сезонни работници в производствения етаж и в нашите складове, наети чрез местни агенции.

**** Закръглено до най-близките 100.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Наемане на работа		2020*	2021*	2022*	Мерна единица
Служители на временен договор по региони	Латинска Америка	0	26	24	Брой лица
	Европа	85	125	140	Брой лица
	Общност на независимите държави	21	33	26	Брой лица
	Азия	266	195	189	Брой лица
	Турция и Африка	5	9	8	Брой лица
	Корпоративни офиси и GSO	54	85	29	Брой лица
Служители на пълен работен ден по региони	Латинска Америка	N/A	N/A	398	Брой лица
	Европа	N/A	N/A	1,246	Брой лица
	Общност на независимите държави	N/A	N/A	1,069	Брой лица
	Азия	N/A	N/A	1,006	Брой лица
	Турция и Африка	N/A	N/A	398	Брой лица
	Корпоративни офиси и GSO	N/A	N/A	551	Брой лица
Служители на непълно работно време по региони	Латинска Америка	N/A	N/A	9	Брой лица
	Европа	N/A ^t	N/A	16	Брой лица
	Общност на независимите държави	N/A	N/A	2	Брой лица
	Азия	N/A	N/A	0	Брой лица
	Турция и Африка	N/A	N/A	0	Брой лица
	Корпоративни офиси и GSO	N/A	N/A	20	Брой лица
Глобален процент на наемане на нови служители**		9	11	10	%

*Среден FTE

**Коефициентът на наемане на нови служители се определя като съотношението на наетите служители спрямо общия брой служители.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Наемане на работа		2020*	2021*	2022*	Мерна единица
Процент на наемане на нови служители* по възрастова група	<30 години	20	29	29	%
	30-39 години	8	10	9	%
	40-49 години	4	6	4	%
	50-59 години	3	4	4	%
	>59 години	4	4	4	%
Процент на наемане на нови служители* по региони	Латинска Америка	7	12	13	%
	Европа	13	12	9	%
	Общност на независимите държави	11	16	13	%
	Азия	6	7	14	%
	Турция и Африка	9	12	7	%
	Корпоративни офиси и GSO	N/A	8	8	%
Глобален процент на оборот**		26	20	31	%
Текучество** по възрастови групи	<30 години	31	35	51	%
	30-39 години	24	21	31	%
	40-49 години	24	14	24	%
	50-59 години	26	9	22	%
	>59 години	96	27	46	%

*Коефициентът на наемане на нови служители се определя като съотношението на наетите служители спрямо общия брой служители.

**Коефициентът на текучество се определя като съотношението на напусналите служители към общия брой служители.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Наемане на работа		2020	2021	2022	Мерна единица
Текучество* по региони	Латинска Америка	26	24	27	%
	Европа	18	17	24	%
	Общност на независимите държави	17	23	42	%
	Азия	16	22	32	%
	Турция и Африка	17	28	35	%
	Корпоративни офиси и GSO	N/A	15	38	%
Глобален среден срок на заемане на служба		6.7	7.9	8.2	Години
Средна глобална възраст		37	39	39	Години
Служители, обхванати от колективни трудови договори**		N/A	N/A	8	%

*Коефициентът на текучество се определя като съотношението на напусналите служители спрямо общия брой служители.

** Всички служители на Орифлейм винаги имат право да членуват или да не членуват в синдикати, както и право на колективно договаряне.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Обучение и образование	2020	2021	2022	Мерна единица
Активни лицензи за обучение на LinkedIn (от 1000 закупени)	993	970	602**	Брой лицензи
Средно обучение в LinkedIn на служител	3.3	3.1	3.5	Часове на обучаем

Разнообразие и равни възможности		2020	2021	2022	Мерна единица
Общо служители по пол	Жени	59	58	58	%
	Мъже	41	42	42	%
Глобален мениджърски екип по пол	Жени	42	45	44	%
	Мъже	57	55	56	%
Управляващи директори по пол	Жени	42	41	38	%
	Мъже	58	59	62	%
Регионални директори по пол	Жени	40	21	25	%
	Мъже	60	79	75	%
Управител в държавата по пол	Жени	40	45	40	%
	Мъже	60	55	60	%
Борд на директорите* по пол	Жени	40	40	29	%
	Мъже	60	60	71	%
Общо служители по възрастови групи	<30 години	19	17	16	%
	30-39 години	45	41	40	%
	40-49 години	27	30	31	%
	50-59 години	8	10	12	%
	>59 години	1	2	1	%

*Орифлейм Холдинг ЕООД

** От 800 = 84% степен на активиране



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Разнообразие и равни възможности		2020	2021	2022	Мерна единица
Глобален мениджърски екип по възрастова група	<30 години	0	0	0	%
	30-39 години	18	11	8	%
	40-49 години	61	59	59	%
	50-59 години	21	29	31	%
	>59 години	0	1	2	%
Управляващи директори по възрастови групи	<30 години	3	0	0	%
	30-39 години	24	11	10	%
	40-49 години	61	63	55	%
	50-59 години	12	22	31	%
	>59 години	0	4	4	%
Регионални директори по възрастови групи	<30 години	0	0	0	%
	30-39 години	0	0	0	%
	40-49 години	70	42	38	%
	50-59 години	30	57	62	%
	>59 години	0	0	0	%
Управител в държавата по възрастова група	<30 години	0	0	0	%
	30-39 години	0	0	0	%
	40-49 години	40	38	50	%
	50-59 години	60	62	50	%
	>59 години	0	0	0	%



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Разнообразие и равни възможности		2020	2021	2022	Мерна единица
Борд на директорите по възрастови групи*	<30 години	0	0	0	%
	30-39 години	0	0	0	%
	40-49 години	60	20	14	%
	50-59 години	20	60	72	%
	>59 години	20	20	14	%
Служители на постоянен договор по пол	Жени	3,033	2,673	2,454	Брой лица
	Мъже	2,196	2,013	1,831	Брой лица
	Не е посочено или не е известно	N/A	N/A	14	Брой лица
Служители на временен договор по пол	Жени	290	303	270	Брой лица
	Мъже	141	176	145	Брой лица
	Не е посочено или не е известно	N/A	N/A	1	Брой лица
Служители, работещи на пълен работен ден по пол	Жени	3,252	2,909	2,689	Брой лица
	Мъже	2,318	2,169	1,965	Брой лица
	Не е посочено или не е известно	N/A	N/A	14	Брой лица
Служители, работещи на непълно работно време по пол	Жени	70	67	36	Брой лица
	Мъже	20	20	11	Брой лица
Общ брой националности		71	72	70	Брой националности
Националности в шестте глобални офиса за поддръжка (GSO)		43	45	41	Брой националности

*Орифлейм Холдингс ЕООД

SDG индекс	Обобщение на ефективността	SASB индекс	TCFD индекс	GRI индекс	Относно този доклад
------------	----------------------------	-------------	-------------	------------	---------------------

Присъствие на пазара	2020	2021	2022	Мерна единица
Висше ръководство на значими места, наето от местната общност*	52	74	74	%

*Висшето ръководство се определя като Глобален мениджърски екип. Значителното местоположение се определя като предприятия на Орифлейм с повече от 100 служители. Местно се определя като произхождащо от същата държава като оценяваното дружество на Орифлейм.

Здраве и безопасност при работа		2020	2021	2022	Мерна единица
Трудови злоупотреки (процент на всички регистрирани наранявания, свързани с работата)	Всички в Орифлейм	2.3	1.1	1.4	Наранявания на милион отработени часове**
	Производство	3.1	0.6	0.8	Наранявания на милион отработени часове**
	Непроизводствени	2.2	1.2	1.3	Наранявания на милион отработени часове**
Честота на нараняванията поради загуба на работно време	Всички в Орифлейм	1.4	0.7	1.1	Наранявания на милион отработени часове**
	Производство	3.1	0.7	0.8	Наранявания на милион отработени часове**
	Непроизводствени	1.3	0.7	1	Наранявания на милион отработени часове**
Смъртни случаи в резултат на трудова злоупотрека	Всички в Орифлейм	0	0	0	Брой смъртни случаи
	Изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм	0	0	0	Брой смъртни случаи
Свързани с работата наранявания с големи последиствия (с изключение на смъртните случаи)	Всички в Орифлейм	0	0	0	Брой смъртни случаи
	Изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм	0	0	0	Брой смъртни случаи
Травми, свързани със загуба на работно време	Всички в Орифлейм	14	7	9	Брой смъртни случаи
	Производство	3	1	1	Брой смъртни случаи
	Непроизводствени	11	6	8	Брой смъртни случаи
	Изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм	1	0	0	Брой смъртни случаи

**Честотата се изчислява за 1 000 000 работни часа, на базата на 8-часов работен ден.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Здраве и безопасност при работа		2020	2021	2022	Мерна единица
Записани наранявания, свързани с работата	Всички в Орифлейм	22	11	12	Брой наранявания
	Производство	3	1	1	Брой наранявания
	Непроизводствени	19	10	11	Брой наранявания
	Изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм	4	0	2	Брой наранявания
Отработени часове	Всички в Орифлейм	9,705,000	10,138,500	8,434,253	Брой наранявания
	Производство	984,336	1,619,289	1,328,864	Брой наранявания
	Непроизводствени	8,720,689	8,519,210	7,105,390	Брой наранявания
	Изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм	N/A	N/A	N/A	Брой наранявания
Свързано с работата лошо здраве	Всички в Орифлейм	0	6	6	Брой записани случаи
	Изпълнители/доставчици, работещи в помещенията на Орифлейм или от името на Орифлейм	0	0	0	Брой записани случаи
Процент на отсъствия*	Всички в Орифлейм	3.7	2.6	2.7	%

*Брой дни отсъствие спрямо брой работни дни.

Устойчиви доставчици		2020	2021	2022	Мерна единица
Дистанционни и на място одити	Одити на място	77	93	73	%
	Дистанционни одити**	23	7	27	%

**Внедрено поради пандемията Covid-19.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Устойчиви доставчици		2020	2021	2022	Мерна единица
Резултати от одита за устойчивост	A - Отлично	0	0	4	%
	B - Много добро	42	55	50	%
	C - Приемливо	50	24	27	%
	D - Слабо	4	21	11	%
	E - Неприемливо	4	0	8	%

Човешки права	2020	2021	2022	Мерна единица
Оценки на правата на човека, извършени за нови пазари	N/A	N/A	0	Брой оценки за правата на човека
Бизнес отношения с доставчици, прекратени поради нарушаване на правата на човека или системни случаи на корупция и/или подкупи	0	0	0	Брой прекратени доставчици

Етика и съответствие	2020	2021	2022	Мерна единица
Служителите проведоха електронно обучение по Кодекса на поведение	409	1,262	317*	Брой лица
Мениджърите представиха годишното обещание за съответствие	253	262	761	Брой лица

Фондация Орифлейм	2020	2021	2022	Мерна единица
Обща събрана сума за благотворителност	1.18	0.92	0.73	млн. евро



SASB Индекс

За 2022 г. сме частично приведени в съответствие със стандарта на Съвета за счетоводни стандарти за устойчивост (SASB) за домакински и лични продукти в сектора на потребителските стоки (версия 2018-10).

Теми за разкриване на информация за устойчивост и счетоводни показатели

Код	Тема	Счетоводна метрика	Местоположение
CG-HP-140a.1	Управление на водите	(1) Общо изтеглена вода, (2) Общо консумирана вода, процент от всеки в региони с висок или изключително висок изходен воден стрес	Вода стр. 25-28 Резюме на изпълнението стр. 107-127
CG-HP-140a.2	Управление на водите	Описание на рисковете за управление на водите и обсъждане на стратегии и практики за смекчаване на тези рискове	Вода стр. 25-28
CG-HP-250a.1	Продуктови показатели за околната среда, здравето и безопасността	Приходи от продукти, които съдържат вещества, поражащи сериозно безпокойство по REACH (SVHC)	Уважение към природата - Цели и ангажименти стр. 62
CG-HP-250a.3	Продуктови показатели за околната среда, здравето и безопасността	Обсъждане на процеса за идентифициране и управление на възникващи материали и химикали, предизвикващи безпокойство	Формулировки стр. 49-55
CG-HP-410a.2	Управление на жизнения цикъл на опаковката	Обсъждане на стратегии за намаляване на въздействието върху околната среда на опаковките през целия им жизнен цикъл	Опаковка стр. 43-48
CG-HP-430a.1	Екологични и социални въздействия на веригата за доставки на палмово масло	Количество получено палмово масло, процент, сертифициран чрез веригите за доставка на Кръглата маса за устойчиво палмово масло (RSPO) като (a) запазена идентичност, (b) сегрегирано, (c) баланс на масата или (d) книга и иск	Гора стр. 29-33 Резюме на изпълнението стр. 107-127

Показатели за активност

Код	Счетоводна метрика	Местоположение
CG-HP-000.B	Брой производствени мощности	Географски отпечатък стр. 11-12



TCFD Индекс

Ръководство		Стратегия		Управление на риска		Метрики и цели	
А) Надзорът на борда върху рисковете и възможностите, свързани с климата.	Организация за подобрение стр. 93 CDP; C1.1b*	А) Свързаните с климата рискове и възможности, които организацията е идентифицирала в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план.	Климатични сценарии стр. 100-102 CDP; C2.1a, C.2.3, C2.3a, C2.4, C2.4a	А) Процесите на организацията за идентифициране и оценка на рисковете, свързани с климата.	Устойчивост при рискове стр. 96-102 Климатични сценарии стр. 100-102 CDP; C2.1, C2.2, C2.2a	А) Метриките, използвани от организацията за оценка на свързаните с климата рискове и възможности в съответствие с нейната стратегия и процес на управление на риска.	Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62 CDP; C4.2, C4.2a C4.2b, C9.1
В) Ролята на ръководството при оценката и управлението на рисковете и възможностите.	Организация за подобрение стр. 93 CDP; C1.2, C1.2a	В) Въздействието на свързаните с климата рискове и възможности върху бизнеса, стратегията и финансовото планиране на организацията.	Климатични сценарии стр. 100-102 CDP; C2.3a, C2.4a, C3.1, C3.3, C3.4,	В) Процесите на организацията за управление на рисковете, свързани с климата.	Устойчивост при рискове стр. 96-102 Климатични сценарии стр. 100-102 CDP; C2.1, C2.2	Б) Обхват 1, Обхват 2 и, ако е подходящо, Обхват 3 емисии на парникови газове (ПГ) и свързаните с тях рискове.	Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62 Обобщение на ефективността стр. 107-127 CDP; C6.1, C6.3, C6.5
		В) Устойчивостта на стратегията на организацията, като се вземат предвид различни сценарии, свързани с климата, включително сценарий 2с или по-нисък.	Климатични сценарии стр. 100-102	В) Как процесите за идентифициране, оценка и управление на свързаните с климата рискове са интегрирани в цялостното управление на риска на организацията.	Устойчивост при рискове стр. 96-102 Климатични сценарии стр. 100-102 CDP; C2.1, C2.2	В) Целите, използвани от организацията за управление на рисковете и възможностите, свързани с климата, и ефективност спрямо целите..	Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62 CDP; C4.1, C4.1a, C4.1b, C4.2, C4.2a, C4.2b

*CDP въпросник климат – Орифлейм Холдинг ЕООД



GRI Index

Декларация за ползване

Орифлейм ООД е докладвала информацията, цитирана в този индекс на съдържание на GRI за периода от 1 януари 2022 г. до 31 декември 2022 г. по отношение на стандартите на GRI.

Използва се GRI 1

Фондация GRI 1 2021 г.

Общи разкрития

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 2: Общи оповестявания (2021 г.)	2-1 Организационни подробности	Относно този доклад стр.147 Това е Орифлейм стр.10 Географски отпечатък стр.11- 12 2022 Годишен доклад Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	2-2 Субекти, включени в докладите за устойчивост на организацията	Относно този доклад стр.147			
	2-3 Период на докладване, честота и точка за контакт	Относно този доклад стр.147			
	2-4 Преизказване на информация	Относно този доклад стр.147			
	2-5 Външно осигуряване	Относно този доклад стр.147			
	2-6 Дейности, верига на стойността и други бизнес взаимоотношения	Това е Орифлейм стр.10 Географски отпечатък стр.11- 12 2022 Годишен доклад Човешки права стр. 70-73			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Общи разкрития

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 2: Общи оповестявания (2021 г.)	2-7 служители	2022 Годишен доклад Обобщение на ефективността стр. 107-127	b.iii	Няма налична информация	Няма налични данни
	2-8 Работници, които не са служители	2022 Годишен доклад Обобщение на ефективността стр. 107-127	c.	Няма налична информация	Липсват данни от предишни отчетни периоди
	2-9 Управленска структура и състав	2022 Годишен доклад Организация за подобрение стр. 93	c. vi., vii., viii.	Не е приложимо	Вследствие на премахването от борсата през 2019 г. данните не са приложими за Орифлейм
	2-10 Назначаване и избор на висш орган на управление	2022 Годишен доклад	b.	Не е приложимо	Вследствие на премахването от борсата през 2019 г. данните не са приложими за Орифлейм
	2-11 Председател на най-висшия орган на управление	2022 Годишен доклад			
	2-12 Роля на най-висшия орган за управление при надзора на управлението на въздействията	2022 Годишен доклад Организация за подобрение стр. 93			
	2-13 Делегиране на отговорност за управление на въздействията	Организация за подобрение стр. 93			
	2-14 Ролята на висшия управленски орган в докладването за устойчивост	Организация за подобрение стр. 93 Относно този доклад стр.147			
	2-15 Конфликт на интереси	2022 Годишен доклад			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Общи разкрития

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 2: Общи оповестявания (2021 г.)	2-16 Комуникация на критични проблеми	2022 Годишен доклад Човешки права стр. 70-73			
	2-17 Колективно познание на висшия орган на управление	Организация за подобрене стр. 93			
	2-18 Оценка на работата на висшия управленски орган	Организация за подобрене стр. 93	2-18	Не е приложимо	Вследствие на премахването от борсата през 2019 г. данните не са приложими за Орифлейм
	2-19 Политики за възнаграждения	2022 Годишен доклад	a.ii., iii., iv., v. b.	Не е приложимо	Вследствие на премахването от борсата през 2019 г. данните не са приложими за Орифлейм
	2-20 Процес за определяне на възнаграждението		a., b.	Не е приложимо	Вследствие на премахването от борсата през 2019 г. данните не са приложими за Орифлейм
	2-21 Коефициент на обща годишна компенсация		a., b., c.	Ограничения на поверителността	Конфиденциална информация
	2-22 Становище за стратегия за устойчиво развитие	Изявление на Главния Изпълнителен Директор стр. 8-9			
	2-23 Политически ангажменти	Човешки права стр. 70-73 Корпоративен сайт			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Общи разкрития

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 2: Общи оповестявания (2021 г.)	2-24 Ангажименти на политиката за вграждане	Човешки права стр. 70-73 Обобщение на ефекти-вността стр. 107-127 2022 Годишен доклад			
	2-25 Процеси за отстраняване на отрицателни въздействия	Стратегия за устойчивост стр. 13-14 Човешки права стр. 70-73	e.	Информацията е непълна	Информацията е непълна
	2-26 Механизми за търсене на съвет	Подайте сигнал за законово нарушение или неправомерно поведение Човешки права стр. 70-73			
	2-27 Спазване на законите и разпоредбите		a., b., c., d	Не е приложимо	Няма значителни случаи на несъответствие по отношение на нашите съществени теми през 2022 г
	2-28 Членски асоциации	Ангажираност на заинтересованите страни стр. 89-91			
	2-29 Подход към ангажиране на заинтересованите страни	Ангажираност на заинтересованите страни стр. 89-91			
	2-30 Колективни трудови договори	Обобщение на ефекти-вността стр. 107-127	b.	Няма налична информация	Условията за работа се основават на местните разпоредби на съответния пазар



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Материални теми

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 3: Материални теми (2021)	3-1 Процес за определяне на материални теми	Ангажираност на заинтересованите страни стр. 89-91 Същественост стр. 94-95			
	3-2 Списък на материалните теми	Същественост стр. 94-95			

Икономически стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
Икономическа ефективност					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	2022 Годишен доклад			
GRI 201: Икономически резултати (2016 г.)	201-1 Генерирана и разпределена пряка икономическа стойност	2022 Годишен доклад			
	201-2 Финансови последици и други рискове и възможности, дължащи се на изменението на климата	CDP въпросник климат			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Икономически стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 201: Икономически резултати (2016 г.)	201-3 Задължения по план с дефинирани доходи и други пенсионни планове		201-3	Не е приложимо	Няма материал
	201-4 Финансова помощ, получена от правителството		201-4	Не е приложимо	Няма материал

Присъствие на пазара

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опит на служителите стр. 64-69			
	202-1 Съотношения на стандартната начална заплата по пол в сравнение с местната минимална заплата		202-1	Няма налична информация	Няма налични данни
	202-2 Пропорция на висшето ръководство, наето от местната общност	Обобщение на ефективността стр. 107-127			

Антикорупция

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Човешки права стр. 70-73			
GRI 205: Анти-корупция (2016)	205-1 Операции, оценени за рискове, свързани с корупция		205-1	Информацията е непълна	Борбата с корупцията е включена в нашите оценки на риска
	205-2 Комуникация и обучение за антикорупционни политики и процедури	Човешки права стр. 70-73			
	205 -3 Потвърдени случаи на корупция и предприети действия	Устойчивост при рискове стр. 96-102			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Екологични стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
Материали					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Гора стр. 29-33 Опаковки стр. 43-48 Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62			
GRI 301: Материали (2016)	301-1 Използвани материали по тегло или обем	Forest, pp. 29-33			
	301-2 Използвани рециклирани входящи материали	Гора стр.29-33 Опаковки стр.43-48 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	301-3 Регенерирани продукти и техните опаковъчни материали		301-3	Няма налична информация	Данните не се проследяват



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Екологични стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
Енергия					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Климат стр. 34-42 Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62			
GRI 302: Енергия (2016 г.)	302-1 Консумация на енергия в организацията	Климат стр. 34-42 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	302-2 Консумация на енергия извън организацията	Климат стр. 34-42 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	302-3 Енергийна интензивност	Климат стр. 34-42 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	303-4 Намалвяване на консумацията на енергия	Климат стр. 34-42 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	302-5 Намалвяване на енергийните изисквания за продукти и услуги		302-5	Не е приложимо	Няма материал
Вода и отпадни води					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Вода стр. 25-28 Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Екологични стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 303: Води и отпадни води (2018)	303-1 Взаимодействия с водата като споделен ресурс	Вода стр. 25-28			
	303-2 Управление на въздействията, свързани с изхвърлянето на водите	Вода стр. 25-28			
	303-3 Оттегляне на водата	Вода стр. 25-28 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	303-4 Изпускане на вода	Вода стр. 25-28 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	303-5 Разход на вода	Вода стр. 25-28 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
Емисии					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Климат стр. 34-42 Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62			
GRI 305: Емисии (2016)	305-1 Преки (обхват 1) емисии на парникови газове	Обобщение на ефективността стр. 107- 127 Климат стр. 34-42			
	305-2 Индиректни енергийни (обхват 2) емисии на ПГ	Обобщение на ефективността стр. 107- 127 Климат стр. 34-42			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Екологични стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 305: Емисии (2016)	305-3 Други непреки (обхват 3) емисии на ПГ	Обобщение на ефективността стр. 107-127 Климат стр. 34-42			
	305-4 Интензитет на емисиите на ПГ	Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	305-5 Намаляване на емисиите на ПГ	Климат стр. 34-42 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	305-6 Емисии на озоноразрушаващи вещества (ОРВ)		305-6	Не е приложимо	Няма материал
	305-7 Азотни оксиди (NOx), серни оксиди (SOx) и други значителни емисии във въздуха		305-7	Не е приложимо	Няма материал
Отпадъци					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опаковки стр. 43-48 Уважение към природата - цели и ангажименти стр. 56-62			
GRI 306: Отпадъци (2020)	306-1 Генериране на отпадъци и значителни въздействия, свързани с отпадъците	Опаковки стр. 43-48 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	306-2 Управление на значителни въздействия, свързани с отпадъци	Опаковки стр. 43-48 Обобщение на ефективността стр. 107-127			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Екологични стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 306: Отпадъци (2020)	306-3 Генерирани отпадъци	Опаковки стр. 43-48 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	306-4 Отпадъци, отклонени от депониране	Опаковки стр. 43-48 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	306-5 Отпадъци, насочени за изхвърляне	Опаковки стр. 43-48 Обобщение на ефективността стр. 107-127			

Екологична оценка на доставчика

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Човешки права стр. 70-73			
GRI 308: Екологична оценка на доставчика (2016 г.)	308-1 Нови доставчици, които са проверени с помощта на екологични критерии	Човешки права стр. 70-73			
	308-2 Отрицателни въздействия върху околната среда във веригата на доставки и предприети действия		308-2	Няма налична информация	Имаме програма за отговорно снабдяване за нашите преки доставчици. Все още няма подробни данни.



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Социални стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
Наемане на работа					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опит на служителите стр. 64-69			
GRI 401: Заетост (2016)	401-1 Наемане на нови служители и текучество на служители	Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	401-2 Обезщетения, предоставени на служители на пълно работно време, които не се предоставят на служители на временен или непълен работен ден		401-2	Не е приложимо	Няма материал
	401-3 Родителски отпуск		401-3	Не е приложимо	Няма материал
Трудово-управленски отношения					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опит на служителите стр. 64-69			
GRI 402: Трудови/управленски отношения (2016)	402-1 Минимални срокове за уведомяване относно оперативни промени	Обобщение на ефективността стр. 107-127			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Социални стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
Здраве и безопасност при работа					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опит на служителите стр. 64-69			
GRI 403: Здраве и безопасност при работа (2018)	403-1 Система за управление на здравето и безопасността при работа	Опит на служителите стр. 64-69			
	403-2 Идентификация на опасностите, оценка на риска и разследване на инциденти	Опит на служителите стр. 64-69			
	403-3 Служби по трудова медицина	Опит на служителите стр. 64-69			
	403-4 Участие на работниците, консултации и комуникация относно здравето и безопасността при работа	Опит на служителите стр. 64-69			
	403-5 Обучение на работниците по здравословни и безопасни условия на труд	Опит на служителите стр. 64-69			
	403-6 Здравето на работниците	Опит на служителите стр. 64-69			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Социални стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 403: Здраве и безопасност при работа (2018)	403-7 Предотвратяване и смекчаване на въздействията върху здравето и безопасността при работа.	Опит на служителите стр. 64-69			
	403-8 Работници в системата за управление на здравето и безопасността при работа		403-8	Информацията е непълна	Не са налични данни за всички пазари
	403-9 Трудови злоупотреби	Опит на служителите стр. 64-69 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	403-10 Болести, свързани с работата	Опит на служителите стр. 64-69 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
Обучение и образование					
GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опит на служителите стр. 64-69 Growth and development pp. 18-19			
GRI 404: Обучение и образование (2016)	404-1 Среден брой часове обучение годишно на служител	Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	404-2 Програми за надграждане на уменията на служителите и програми за подпомагане на прехода		404-2	Информацията е непълна	Не са налични данни за всички пазари



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Социални стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 404: Обучение и образование (2016)	404-3 Процент на служителите получаващи кариерното развитие		404-3	Информацията е непълна	Не са налични данни за всички пазари

Разнообразие и равни възможности

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Опит на служителите стр. 64-69			
GRI 405: Разнообразие и равни възможности (2016 г.)	405-1 Разнообразие от управленски органи и служители	Опит на служителите стр. 64-69 Обобщение на ефекти-вността стр. 107-127			
	405-2 Съотношение между основната заплата и възнаграждението на жените и мъжете		405-2	Информацията е непълна	Не са налични данни за всички пазари

Детски труд

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Човешки права стр. 70-73			
GRI 408: Детски труд (2016)	408-1 Операции и доставчици със значителен риск от случаи на детски труд	Човешки права стр. 70-73 Социално отговорни продукти стр. 76-78			

Принудителен или задължителен труд

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Човешки права стр. 70-73			
-------------------------------	-----------------------------------	--	--	--	--



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Социални стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 409: Принудителен или задължителен труд (2016)	409-1 Операции и доставчици със значителен риск от случаи на принудителен или задължителен труд	Човешки права стр. 70-73			

Социална оценка на доставчика

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Човешки права стр. 70-73			
GRI 409: Принудителен или задължителен труд (2016)	414-1 Нови доставчици, които бяха проверени по социални критерии	Човешки права стр. 70-73 Обобщение на ефективността стр. 107-127			
	414-2 Отрицателни социални въздействия във веригата на доставки и предприети действия		414-2	Информацията е непълна	Имаме програма за отговорно снабдяване на място за нашите преки доставчици. Все още няма подробни данни

Здраве и безопасност на клиентите

GRI 3: Материални теми (2021)	3-3 Управление на материални теми	Безопасност на потребителите стр. 74-75 Цели и ангажименти стр. 79-81			
GRI 416: Здраве и безопасност на клиентите (2016 г.)	416-1 Оценка на въздействието върху здравето и безопасността на категориите продукти и услуги	Безопасност на потребителите стр. 74-75			



SDG индекс

Обобщение на
ефективността

SASB индекс

TCFD индекс

GRI индекс

Относно този доклад

Социални стандарти

			Пропуск		
Стандарт GRI	Разкриване	Местоположение	Изискванията са пропуснати	Причина	Коментари
GRI 416: Здраве и безопасност на клиентите (2016 г.)	416-2 Случаи на несъответствие по отношение на въздействието върху здравето и безопасността на продукти и услуги		416-2	Ограничения на поверителността	Конфиденциална информация

Относно този доклад

Орифлейм има стратегия да стане по-устойчива компания, която включва открито общуване относно нашите ангажименти и напредък. През последните години постепенно увеличихме цялото си отчитане като организация и публикувахме нашия първи отделен доклад за устойчивост през 2014 г.

Този Доклад за устойчивост обхваща съществени стратегии за устойчивост, дейности и резултати за компанията Oriflame Holding Ltd. и нейните подразделения (наричани Орифлейм в този доклад) през периода от 1 януари до 31 декември 2022 г., освен ако не е посочено друго. Франчайз операциите не са обхванати в този доклад.

Докладът за устойчивост се публикува ежегодно заедно с нашите финансови отчети в Годишния доклад. Този доклад е публикуван на уебсайта на Орифлейм, oriflame.com, на 21 април 2023 г., където ще намерите и допълнителна информация за нашите усилия за устойчивост. Този отчет е изготвен с позоваване на стандартите GRI 2021. Индекс на съдържанието на GRI е включен в приложението към този отчет.

Информацията и фактите са подбрани въз основа на оценени аспекти на устойчивостта и са съществени за дейността на Орифлейм и се основават на най-добрите възможни източници,

известни на компанията. По отношение на част от информацията за развитието на компанията и нейните операции се правят препратки към годишния отчет на Орифлейм за фискалната 2022 г. Освен ако не е посочено друго, всички данни относно доставчици и фабрики на доставчици включват всички доставчици и фабрики, които са били активни и одобрени за производство през отчетния период. Нашите изчисления и докладване на емисиите на парникови газове са приведени в съответствие със стандарта за протокола за парникови газове.

Този отчет не е гарантиран. Нашите въпросници за доставчици на хартия, за опаковки от хартия и картон и каталожна хартия са разработени от Rainforest Alliance, за да проверят твърденията на доставчиците за FSCTM сертифициране или други надеждно сертифицирани източници. Този доклад е разработен и прегледан от екипа по устойчивост на Орифлейм, както и от съответните експерти в компанията, и е одобрен от главния изпълнителен директор.

Информация за връзка

Antonia Simon-Stenberg
Вицепрезидент, ръководител на отдела за устойчивост, изследвания и развитие и доставка на продукти
sustainability@oriflame.com

Авторско право ©2023 от Oriflame Holding Ltd.

Всички права запазени.

Този доклад е изготвен от Oriflame Holding Ltd.

