

**ЗВІТ ПРО
РЕЗУЛЬТАТИ
ЗА 2019 РІК**



**ДІЛИТИСЯ
КРАСОЮ
З УСІМА**

L'ORÉAL:
ВІДДАНІСТЬ ПРИНЦИПАМ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ

L'ORÉAL

ЗМІСТ

ДІЛИТИСЯ КРАСОЮ З УСІМА ВІДДАНІСТЬ L'ORÉAL ПРИНЦИПАМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	03
ВСТУПНЕ СЛОВО ЖАН-ПОЛЯ АГОНА, ПРЕЗИДЕНТА І ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА	04
2019 РІК У П'ЯТИ ВАЖЛИВИХ ЦИФРАХ	05
ЦІЛІ 2020 РОКУ, РЕЗУЛЬТАТИ 2019 РОКУ	06



ВІДПОВІДАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ

ЗМЕНШЕННЯ ЕКОСЛІДУ ФОРМУЛ ПРОДУКТІВ	09
ЗБЕРЕЖЕННЯ БІОРОЗМАЇТТЯ	10
ОПТИМІЗАЦІЯ УПАКОВКИ	11
ДОСЯГНЕННЯ НУЛЬОВОГО РІВНЯ ВИРУБКИ ЛІСІВ	12



ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО

СКОРОЧЕННЯ ВИКИДІВ CO ₂	14
ЗНИЖЕННЯ СПОЖИВАННЯ ВОДИ	15
ЗМЕНШЕННЯ КІЛЬКОСТІ ВІДХОДІВ	16



ВІДПОВІДАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ

ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОГО СЛІДУ ПРОДУКТІВ	18
ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБІЗНАНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ПРО ВІДПОВІДАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ	19



ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

СПРИЯННЯ У ПРАЦЕВЛАШТУВАННІ ТА ІНКЛЮЗИВНИЙ ПІДХІД	21
ЗАЛУЧЕННЯ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	22
ТУРБОТА ПРО ПЕРСОНАЛ — ТОЧКА ВІДЛІКУ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ L'ORÉAL	23
ПРОЄКТ CARBON BALANCED: НА ШЛЯХУ ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ МОДЕЛІ БІЗНЕСУ	24
БРАЗИЛІЯ: L'ORÉAL — ВАЖЛИВИЙ ГРАВЕЦЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	24
ЗВІТНІСТЬ: ВИЗНАНІ ДОСЯГНЕННЯ	25

ДІЛИТИСЯ
КРАСОЮ
З УСІМА



ДІЗНАЙТЕСЯ БІЛЬШЕ ОНЛАЙН
Дізнайтеся більше про стратегію,
зобов'язання та ініціативи L'Oréal
у сфері сталого розвитку на
www.loreal.com/sharing-beauty-with-all



e-accessibility

PDF-версія цього документа відповідає
вимогам ISO 14289-1 про доступність
онлайн-контенту. Він був адаптований
для людей з порушеннями зору
або опорно-рухового апарату.

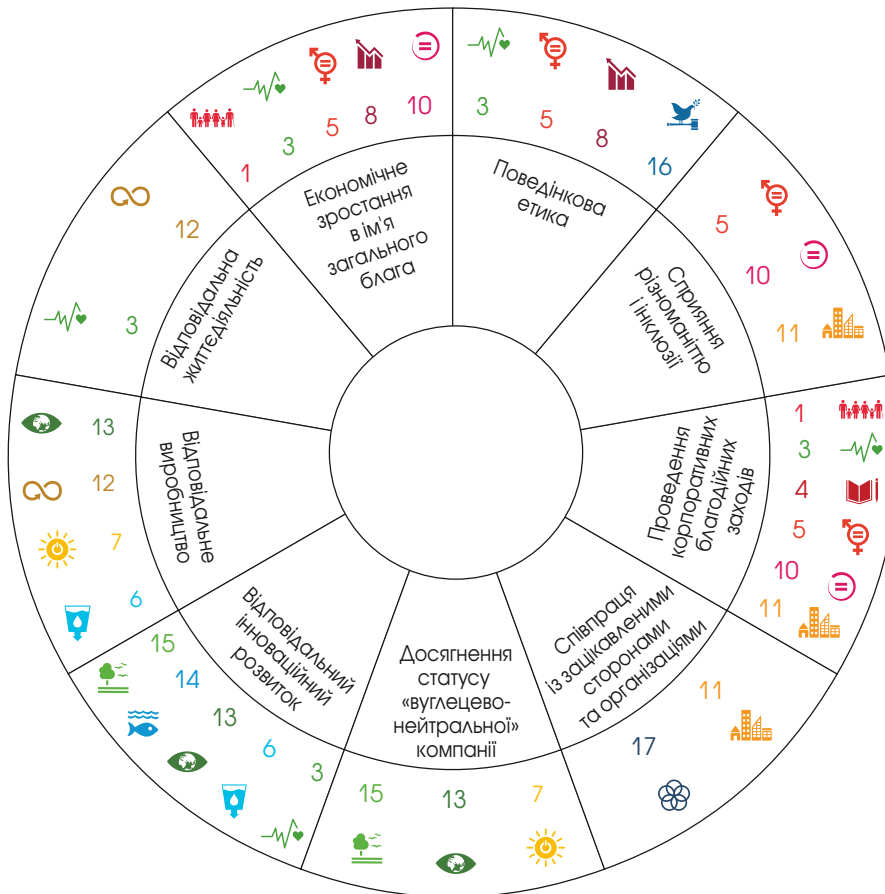
Ділитися красою з усіма: Відданість L'Oréal принципам сталого розвитку

У рамках програми сталого розвитку L'Oréal «Ділитися красою з усіма» (Sharing Beauty With All), започаткованої у 2013 році, Група взяла на себе зобов'язання досягти до 2020 року певних результатів. Вони охоплюють усі сфери життя, на які впливає діяльність компанії, до їх досягнення буде залучено весь виробничо-збутовий ланцюжок — від розробки продукту до дистрибуції, включно з процесом виробництва і постачання сировини. Позитивні зрушення, які помітила для себе компанія, стосуватимуться чотирьох

базових напрямів: Впровадження відповідальних інновацій, виробництва і життєдіяльності та використання результатів економічного зростання компанії на благо своїх працівників, постачальників і місцевого населення, з якими взаємодіє L'Oréal. Щороку L'Oréal підбиває підсумки, вимірюючи досягнуті результати кількісними показниками, які відкриті для ознайомлення усім охочим. Невпинно прагнучи до вдосконалення, L'Oréal перебуває в постійному діалозі з усіма, чії

інтереси зачіпає діяльність компанії, щоб інформувати спільноту про здобутки і реалізації стратегії сталого розвитку і бути співавтором нових ініціатив. Своєю програмою сталого розвитку, дотриманням етичних принципів, політикою заохочення розмаїття та створення рівних можливостей, а також благодійною діяльністю (яка здійснюється за підтримки Фонду L'Oréal і численних брендів), компанія робить гідний внесок у досягнення 15 з 17 Цілей сталого розвитку, визначених у 2015 році ООН.

ВНЕСОК L'ORÉAL У РЕАЛІЗАЦІЮ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ООН



1 ЛІКВІДАЦІЯ
БІДНОСТІ



3 ДОБРЕ ЗДОРОВ'Я
ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ



4 ЯКІСНА
ОСВІТА



5 ГЕНДЕРНА
РІВНІСТЬ



6 ЧИСТА ВОДА
ТА САНІТАРІЯ



7 НЕДОРОГА
ТА ЧИСТА ЕНЕРГІЯ



8 ГІДНА ПРАЦЯ ТА
ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ



10 СКОРОЧЕННЯ
НЕРІВНОСТІ



11 ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ МІСТ
І НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ



12 ВІДПОВІДАЛЬНЕ
СПОЖИВАННЯ
ТА ВИРОБНИЦТВО



13 БОРОТБВА ЗІ
ЗМІНОЮ КЛІМАТУ



14 ЗБЕРЕЖЕННЯ
МОРСЬКИХ ЕКОСИСТЕМ



15 ЗБЕРЕЖЕННЯ
ЕКОСИСТЕМ СУШІ



16 МИР, ПРАВОСУДДА ТА
ЕФЕКТИВНІ ІНСТИТУТИ



17 ПАРТНЕРСТВО В ІНТЕРЕСАХ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ





“*Наша колективна відповідальність величезна — і кожний здатен зробити власний внесок у зміни. Отже, ми активно долучаємо до цього партнерів та постачальників.*”

Жан-Поль Агон
Президент та Генеральний директор

Вступне слово

2019 рік став роком наших нових досягнень на шляху до цілей 2020 року за програмою «Ділитися красою з усіма» запровадженою для трансформації L'Oréal на більш відповідальний та свідомий бізнес, який діє в інтересах громади. Саме зараз, коли до встановленого терміну досягнення мети залишається ще рік, ми маємо змогу шльиніше придивитись до тих уроків, яких ми навчилися за попередні роки, і краще підготуватись до майбутнього.

Перший висновок, якого ми дійшли, стосується нашого прагнення змінити парадигму — визначальним в цьому став наш внутрішній потяг до змін. Перш ніж розпочати цю конкретну програму, L'Oréal понад 20 років активно докладала зусиль, щоб зменшити вплив на довкілля. Завдяки програмі «Ділитися красою з усіма», ми спромоглися вийти далеко за ці рамки. Нашою метою було спільно переглянути той спосіб у який ми ведемо бізнес, зокрема й стратегію та цілі на усіх етапах виробничо-збутового ланцюжка. Відповідність продукції вимогам сталого розвитку є відтепер таким же базовим критерієм, як її якість або прибутковність. До того ж, наші нефінансові результати є такими ж вагомими для нас, як і фінансові показники. У 2019 році 85% нашої нової або оновленої продукції вже мали покращений соціальний або екологічний профіль. Поступово ми переходимо до низьковуглецевої моделі бізнесу, спромігшись у період між 2005 і 2019 роками скоротити викиди CO₂ на виробничих потужностях на 78% за умов підвищення обсягів виробництва на 37% за той же самий період. Так, ми на власному прикладі доводимо, що зростання виробництва без негативного впливу на довкілля є можливим.

Наш другий висновок стосується цікавого ефекту підсилення, який справляє програма «Ділитися красою з усіма»: встановлення амбітних цілей стало дивовижним джерелом прискорення, а отже, і вищих показників роботи. Амбітна мета щоденно вимагає від нас більшої сміливості, креативності та прогресивного мислення. На цю мить я впевнений, що ми зможемо досягти майже усіх цілей, визначених на 2020 рік. Подорож до інших вимагатиме дещо більше часу.

“Революційний підхід L’Oréal до вирішення питань сталого розвитку позначає початок нової ери.”

Прагнення зосередитись на питаннях сталого розвитку вимагає постійних зусиль і невтомного самовдосконалення. Найголовніше — забезпечити належну динаміку трансформацій.

Зрештою, наші прагнення утворюють позитивний резонансний ефект у кожній ланці нашої екосистеми. Наша колективна відповідальність величезна — кожний здатен зробити власний внесок у зміни. Отже, ми активно долучаємо до цього партнерів та постачальників. Ми вважаємо, що стійкі зміни, для того щоб бути повними і насправді ефективними, також будуть досяжні шляхом підвищення обізнаності споживачів про більш відповідальне споживання. Саме тому ми збираємося надавати інформацію про соціальний та екологічний вплив нашої продукції. Стимулювання змін скрізь — це наш обов’язок і, без сумніву, один з найважливіших викликів майбутнього.

Наші етичні принципи — чесність, повага, сміливість та прозорість — спрямовують наш курс, сприяють зміцненню репутації і, зокрема, формують основу нашої політики в галузі сталого розвитку, соціальної і громадської відповідальності, дотримання правових норм і благодійності. Сьогодні я дуже пишаюся тим, що незалежні авторитетні експерти визнають подвійну роль L’Oréal як лідера у професійній галузі також у просуванні шляхом сталого розвитку. У 2019 році ми були єдиною компанією в світі, яка вчетверте поспіль отримала найвищу оцінку «Три А» у рейтингу CDP (Carbon Disclosure project) — за успіхи у боротьбі зі зміною клімату, у раціональному використанні водних ресурсів та збереженні лісів.

L’Oréal посідає перше місце в світі за Індексом етичних показників Covalence EthicalQuote. З огляду на гендерну рівність, компанія була високо оцінена за дотримання принципів гендерної рівності в світовому масштабі. В контексті наших поточних зобов’язань за Глобальним договором ООН (UN Global Compact), L’Oréal увійшла до списку 36 компаній світу, які вважаються лідерами у дотриманні цієї угоди стосовно відповідального ведення бізнесу та внеску у досягнення Цілей сталого розвитку, визначених ООН. Вдесяте наша компанія відзначена Інститутом Ethisphere як найбільш етична у світі.

Але масштаби проблем, що стоять перед нашою планетою, безпрецедентні. Ми знаємо, що найбільші перетворення ще попереду. І що вони повинні бути насправді революційними.

Ми залишаємося відданими нашим амбітним цілям — L’Oréal прагне і має бути зразком для наслідування. Ми завжди повинні діяти краще і швидше, з огляду на величезний масштаб нинішніх глобальних зрушень.

Революційний підхід L’Oréal до розв’язання питань сталого розвитку позначає початок нової ери.

2019 рік у п’яти важливих цифрах

-78% 

L’Oréal на 78% скоротила викиди CO₂ на заводах і розподільчих центрах Групи у порівнянні з 2005 роком, в абсолютному вираженні, при цьому збільшивши обсяг виробництва за той самий період на 37%.

85% 

У 85% продуктів, випущених або оновлених у 2019 році, покращено показники соціального або екологічного профілю. Під час розробки нового або оновлення чинного продукту його вплив на фактори сталого розвитку оцінюється нарівні зі споживчими властивостями і прибутковістю.

90 635 

Кількість людей, які представляють вразливі категорії населення, що отримали можливість працювати завдяки одній з чинних програм L’Oréal.

89% 

Частка брендів Групи, які здійснили оцінку екологічного та соціального впливу, що справляє їхня продукція.

Три «А»

У 2019 році Група L’Oréal вчетверте була відзначена найвищим з можливих балів у рейтингу CDP — три «А» — за здобутки у трьох найважливіших напрямках: захисті клімату, невиснажливій експлуатації водних ресурсів та протидії знищенню лісів. Група L’Oréal — єдина компанія, яка отримувала цей вищий бал чотири роки поспіль.

Цілі 2020 року, результати 2019 року




Щороку L'Oréal повідомляє про те, як змінюються показники сталого розвитку компанії щодо цілей, досягти яких ми маємо намір до кінця 2020 року. У наведеній нижче таблиці представлено короткий загальний огляд прогресу, досягнутого Групою в чотирьох основних напрямках її програми «Ділитися красою з усіма», з використанням «стратегічних» показників ефективності.* Конкретні цифри і кроки, які ми робимо за кожним із пріоритетних напрямів, детальніше викладені на сторінках цього звіту.

Дані щодо соціальних, громадських, екологічних аспектів, а також з охорони праці та техніки безпеки, наведені в даному звіті, були перевірені аудитором Групи компаній Deloitte & Associés та PricewaterhouseCoopers Audit і позначені на всіх сторінках символами, що вказують на рівень аудиторського запевнення: ☺ (помірний) і ☻ (обґрунтований). Див. Методологічну записку і Звіт про аудит за 2019 рік, оприлюднені в розділі «Публікації» за адресою: www.loreal.com/sharing-beauty-with-all-resources.

Відповідальні інновації


ЦІЛІ 2020 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2019 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2018 РОКУ
 <p>100% продукції L'Oréal матимуть покращені показники екологічного або соціального профілю. Під час розробки кожного нового або оновлення продукту Група покращить його показники екологічного або соціального профілю, дотримуючись не менш ніж одного з таких чотирьох критеріїв:</p>	<p>85% ☺ нових або оновлених продуктів мають покращені показники екологічного або соціального профілю.</p>	79%
<p>•  Нова формула сприяє зменшенню екологічного сліду, зокрема, у використанні водних ресурсів;</p>	<p>46% ☺ нових або оновлених продуктів уже сьогодні мають покращені екологічні показники завдяки новій формулі, що скоротила вплив продукту на довкілля.</p>	48%
<p>•  Нова хімічна формула передбачає використання поновлюваної сировини, отриманої з екологічних джерел або вона була винайдена з використанням «зелених» технологій;</p>	<p>59% ☺ нових або оновлених продуктів уже сьогодні мають покращені показники екологічного профілю завдяки новій формулі, у якій використовується поновлювана сировина, отримана з екологічних джерел або вона була винайдена з використанням «зелених» технологій.</p>	43%
<p>•  Новий продукт має позитивний соціальний ефект;</p>	<p>40% ☺ нових або оновлених продуктів уже сьогодні мають покращені показники екологічного профілю завдяки застосуванню в їх виробництві сировини, що постачається в рамках програм відповідальних закупівель (Solidarity Sourcing).</p>	31%
<p>•  Нова упаковка має покращені показники екологічного профілю.</p>	<p>67% ☺ нових або оновлених продуктів уже сьогодні мають покращені показники екологічного профілю завдяки застосуванню упаковки зі знизеним екологічним слідом.</p>	58%

Відповідальне виробництво






















ЦІЛІ 2020 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2019 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2018 РОКУ
<p> L'Oréal на 60% в абсолютних величинах скоротить викиди CO₂ (у порівнянні з 2005 роком) на заводах і розподільчих центрах компанії.</p>	<p>-78% становить скорочення викидів CO₂ на заводах і у розподільчих центрах, починаючи від 2005 року.</p>	-77%
<p> L'Oréal на 20%, у порівнянні з 2011 роком, знизить викиди CO₂, пов'язані з транспортуванням продукції (у грамах CO₂ на товарну одиницю, перевезену на 1 км).</p>	<p>-12% становить зниження викидів CO₂, пов'язаних з транспортуванням продукції (у грамах CO₂ на товарну одиницю, перевезену на 1 км), за період з 2011 року. При цьому обсяг викидів у 2019 році склав 434 293 тонни.</p>	-8%
<p> L'Oréal витратить на виробництво кінцевого продукту на 60% менше води, ніж у 2005 році.</p>	<p>-51% становить зниження споживання води на заводах і у розподільчих центрах за період з 2005 року (у літрах/кінцевий продукт).</p>	-48%
<p> L'Oréal створить на 60% менше відходів, ніж у 2005 році у процесі виробництва кінцевого продукту.</p>	<p>-35% становить зниження кількості відходів, створених на заводах і в розподільчих центрах Групи (у грамах на кінцевий продукт), за період з 2005 року.</p>	-37%
<p> L'Oréal відправить на сміттєзвалище нульову кількість промислових відходів.</p>	<p>0 ☺ – цільовий показник щодо рівня надходження відходів на сміттєзвалища (понад нормативних вимог) на всіх заводах та у розподільчих центрах Групи був досягнутий у 2018 році.</p>	

* «Стратегічні» показники, а також цифри та детальна інформація щодо ініціатив не стосуються нових брендів та субпідрядних організацій.

Відповідальне споживання

ЦІЛІ 2020 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2019 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2018 РОКУ
 <p>L'Oréal включити показники екологічного і соціального профілю в оцінку кожного з продуктів, яка проводиться за використанням інструмента оцінки. Всі бренди відкриють доступ до цієї інформації споживачам, які зроблять усвідомлений вибір на користь екологічних рішень.</p>	<p>100% </p> <p>нових або оновлених продуктів були оцінені із застосуванням корпоративного інструмента оцінки (assessment tool) у 2019 році.*</p> <p>% брендів, які повідомляють про результати оцінки продукції споживачам.**</p>	100%
 <p>Всі бренди будуть оцінювати екологічний і соціальний вплив продукції своїх марок і приймати зобов'язання з поліпшення цих показників.</p>	<p>89% </p> <p>брендів оцінили екологічний або соціальний вплив своєї продукції.</p>	88%
 <p>Кожен із брендів звітуватиме про досягнення в питаннях сталого розвитку та буде підвищувати рівень обізнаності споживачів про зобов'язання бренду в цій сфері.</p>	<p>57% </p> <p>брендів запровадили ініціативи з метою підвищення рівня обізнаності споживачів.</p>	57%
 <p>Споживачі зможуть впливати на дії L'Oréal у напрямку сталого розвитку, використовуючи майданчик консультативного комітету споживачів.</p>	<p>У 2019 році L'Oréal продовжила свою політику активного залучення уваги споживачів до питань сталого розвитку, яка включала численні дослідження, проведені серед американських, індійських і європейських споживчих груп, що дозволило Групі зрозуміти їх очікування і вдосконалити свою політику.</p>	

Відповідальний розвиток...

ЦІЛІ 2020 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2019 РОКУ	РЕЗУЛЬТАТИ 2018 РОКУ
... для населення		
 <p>До 2020 року L'Oréal надасть можливість працевлаштування для більш ніж 100 000 осіб із вразливих верств населення в рамках таких програм:</p>	<p>90 635 </p> <p>осіб з вразливих верств населення отримали можливість працевлаштування.</p>	63 584 особи
 <p>• Програма відповідальних закупівель Solidarity Sourcing;</p>	<p>70 912 </p> <p>осіб забезпечені роботою в рамках реалізації програми відповідальних закупівель Solidarity Sourcing.</p>	56 842 особи
 <p>• Навчання професії у косметичній сфері;</p>	<p>18 443 </p> <p>особи із низьким рівнем соціально-економічного добробуту долучилися до безкоштовного навчання професії у косметичній сфері в рамках програми «Краса для всіх» (Beauty For a Better Life), реалізованої за підтримки Фонду L'Oréal.</p>	5 565 осіб
 <p>• Рівні можливості для людей з інвалідністю.</p>	<p>1 280 </p> <p>осіб із інвалідністю працюють у L'Oréal.</p>	1 177 осіб
... для постачальників		
 <p>L'Oréal оцінюватиме і вибиратиме всіх стратегічних постачальників, ґрунтуючись на показниках впливу на екологічну і соціальну сферу.</p>	<p>87% </p> <p>стратегічних постачальників*** Групи пройшли процедуру оцінки і на цей час обрані на основі результатів діяльності в екологічній і соціальній сферах.</p>	83%
 <p>Усі стратегічні постачальники L'Oréal проводимуть оцінку своєї політики сталого розвитку за підтримки L'Oréal.</p>	<p>96% </p> <p>стратегічних постачальників виконали оцінку своєї політики сталого розвитку за підтримки L'Oréal.</p>	93%
 <p>Усі постачальники отримують доступ до засобів навчання L'Oréal для поліпшення політики сталого розвитку.</p>	<p>Наші спеціалізовані корпоративні платформи для онлайн-навчання були запущені наприкінці жовтня 2016 року. Насамперед доступ до них відкривається для стратегічних постачальників, з подальшою перспективою поступового розширення на ширшу аудиторію.</p>	
 <p>20% стратегічних постачальників долучаються до програми відповідальних закупівель Solidarity Sourcing.</p>	<p>17% </p> <p>стратегічних постачальників долучилися до програми відповідальних закупівель Solidarity Sourcing.</p>	13%
... для персоналу		
 <p>Працівники L'Oréal будуть користуватися перевагами медичної страховки, яка відповідає найвищим стандартам у цій сфері в країні перебування.</p>	<p>94% </p> <p>постійних працівників Групи користуються медичною страховкою, яка відповідає найкращим стандартам у країні перебування.</p>	96%
 <p>Працівники L'Oréal будуть забезпечені фінансовою підтримкою на випадок втрати працездатності.</p>	<p>91% </p> <p>постійних працівників Групи мають доступ до фінансового забезпечення на випадок втрати працездатності (зокрема і у зв'язку з фатальними випадками або інвалідністю).</p>	93%
 <p>Кожний працівник L'Oréal зможе скористатися можливістю пройти принаймні один курс навчання на рік, у якому б підрозділі компанії у світі курс не проходив.</p>	<p>96% </p> <p>працівників Групи скористалися можливістю навчання не менш ніж за однією навчальною програмою у 2019 році.</p>	88%

* Йдеться про продукти, вироблені L'Oréal (за винятком тих, що продаються за системою full-buy, вироблених нещодавно придбаними брендами, тестерів і зразків тощо).

** Значення буде вказано після остаточного оформлення механізму відображення соціального та екологічного впливу; на сьогодні такий механізм перебуває в розробці і буде впроваджений усіма брендами Групи.

*** Стратегічними названі постачальники, що створюють значну для Групи додану вартість, і сприяють L'Oréal у досягненні стратегічних цілей завдяки вагомій участі, інноваційним рішенням, загальним цілям і географічному представництву.



ВІДПОВІДАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ

До завершення 2020 року 100% продукції L'Oréal матимуть покращені показники екологічного або соціального профілю. Група підтримує соціально відповідальні інновації, знижуючи вплив формул своїх продуктів на довкілля, закупаючи сировину з джерел, які забезпечують збереження біорозмаїття, оптимізуючи упаковку і прагнучи забезпечити нульовий рівень вирубки лісів.



Зменшення екосліду формул продуктів / 09

Збереження біорозмаїття / 10

Оптимізація упаковки / 11

Досягнення нульового рівня вирубки лісів / 12

Зменшення екосліду формул продуктів

МОНІТОРИНГ ЦІЛЬОВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ



у 85% ✓

нових або оновлених продуктів у 2019 році покращено показники екологічного або соціального профілю.*

ЕКОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ЗАСТОСУВАННЯ ФОРМУЛ



у 46% ✓

нових або оновлених продуктів покращено показники екологічного профілю завдяки застосуванню нових формул зі зниженим навантаженням на довкілля.

До завершення 2020 року 100% наших продуктів матимуть покращений екологічний або соціальний профіль, зокрема, завдяки покращенню екологічних показників формул продуктів.

Поліпшення біорозкладання формул продуктів

Впродовж багатьох років L'Oréal вивчала життєвий цикл своєї продукції задля здійснення оцінки її впливу на довкілля. Дослідження доводять, що одним з головних чинників впливу формул на довкілля є вода, зокрема забруднені стоки, вода, яку використовує споживач під час або після використання продукту.

Отже, команди фахівців компанії зосереджують зусилля на поліпшенні екопрофілю формул продуктів подвійним шляхом:

- через підвищення здатності формул до біорозкладання, тобто властивості розкладатись під дією природних мікроорганізмів;
- через зменшення хімічного сліду цих формул у водному середовищі.

Інструмент екодизайну для формул продуктів

L'Oréal розподілила всі продукти, які компанія пропонує на ринку (шампуні, засоби для догляду та укладання волосся, фарби, гелі для душу, засоби догляду за шкірою, захисту від УФ-опромінення, макіяжу, дезодоранти, парфуми т. ін.), за користю для споживачів.

Було визначено 143 категорії продуктів і виконано перевірку понад 40 000 формул. З метою поліпшення їхнього екологічного профілю, зберігаючи однакові переваги для наших споживачів, був створений спеціальний інструмент екодизайну формул.

Відтепер цей механізм інтегрований в SPOT — корпоративний інструмент оцінювання продукції (див стор. 18), і ним користуються всі команди розробників формул для нових продуктів. Серед різноманітних

нових засобів, що були випущені на ринок у 2019 році під різними брендами, є засоби зі ступенем біорозкладання понад 98%.

Так, зокрема, йдеться про есенцію Life Plankton™ від Biotherm, антивіковий концентрат в ампулах для догляду за шкірою обличчя з пептидом-С Liftactiv від Vichy, базовий концентрат для створення шампуню Biolage R.A.W. Fresh Recipes Cleansing Juice від Biolage та тонік для шкіри з тим'яном Pure Thyme Perfecting Toner від Garnier.

В середньому, біорозкладна здатність всіх найменувань шампунів, проданих у 2018 році, зросла до 91%, а гелів для душу — до 92% (проти 89% у 2017 році).

Високе визнання здобутків



Ці покращення у хімічному складі продуктів L'Oréal разом зі здобутками у скороченні спожитого обсягу води на виробничих об'єктах (див. стор. 15) надали компанії змогу в 2019 році — четвертий рік поспіль — отримати найвищий бал «Три А» у рейтингу CDP (Carbon Disclosure project), який щорічно складається за показником раціонального використання водних ресурсів (див. стор. 25).

GARNIER



ЖИВИЛЬНА МАСКА ДЛЯ ВОЛОССЯ З АЛОЕ ВЕРА FRUCTIS HAIR FOOD: ЕФЕКТИВНІСТЬ, ЯКА НЕ ШКОДИТЬ ДОВКІЛЛЮ

В 2019 році Garnier випустив ультра живильну маску для волосся Fructis Hair Food, збагачену алое вера для зволоження волосся, яка на 98%

складається з інгредієнтів натурального походження. Новий продукт, який доповнює топову колекцію засобів Fructis Hair Food від Garnier, може бути використаний як кондиціонер для полегшення розчісування волосся, маска або засіб для догляду, що не вимагає змивання. Не лише ефективна, але й дуже екологічна формула цього засобу — без домішок та інгредієнтів тваринного походження — придатна для прихильників веганства, на 98% розкладається природним шляхом та дерматологічно випробувана. Новий продукт містить чисті рослинні олії і виготовляється на підприємстві, що застосовує лише безпечні для довкілля технології. ●

☉☉ На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Йдеться про нові продукти, для яких були розроблені нові формули, або про продукти, виробництво яких щойно розпочалося на виробничих потужностях Групи, або про продукти, пакування яких було розроблено чи оновлено в 2019 році.

Збереження біорозмаїття

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ



у 85% ✓

нових або оновлених продуктів у 2019 році покращено показники екологічного або соціального профілю.*

СИРОВИНА І БІОРОЗМАІТТЯ



у 59% ✓

нових або оновлених продуктів покращено показники екологічного профілю завдяки новій формулі, що ґрунтується на застосуванні нових видів сировини, яка отримана з екологічних джерел або із застосуванням «зелених» технологій.

СОЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ ПРОДУКЦІЇ



у 40% ✓

нових або оновлених продуктів покращено показники соціального профілю завдяки застосуванню сировини, виробленої в рамках програми відповідальних закупівель Solidarity Sourcing.

До завершення 2020 року у 100% нашої продукції буде покращено характеристики екологічного або соціального профілю. Для досягнення цієї мети Група прагне використовувати сировину із джерел, що гарантують екологічно відповідальне користування природних ресурсів, або отриману із застосуванням «зелених» технологій.

Пріоритет — використання відновлюваних видів сировини

Сьогодні 59% ✓ (за обсягом) сировини L'Oréal надходить з поновлюваних джерел і в основному має рослинне походження. Група використовує близько 1600 видів сировини, отриманої з майже 350 видів рослин, які ростуть приблизно в ста країнах. 68% ✓ (за обсягом) цієї відновлюваної сировини отримано з джерел, сертифікованих як такі, що відповідають принципу раціонального використання природних ресурсів.**

Певні продукти, запропоновані на ринку в 2019 році, на 98% складаються з відновлюваної сировини, наприклад, насичений крем Sanoflore Rosa Fresca, гель-молочко для зняття макіяжу «3-в-1» Extraordinary Oil Make-up Remover Milky Gel 3 in 1 від L'Oréal Paris, гель-мікс для створення об'єму волосся Fresh Recipes Aloe Jelly з лінійки Biolage R.A.W., і очищуюча маска для обличчя Crema Nera reviving volcanic mask від Giorgio Armani.

Розробникам формул продукції L'Oréal настійливо рекомендовано використовувати інгредієнти, які:

- постачаються із поновлювальних джерел;
- або виготовлені з використанням «зелених» технологій, тобто за допомогою процесів, що зменшують кількість стадій хімічного синтезу, а також споживання розчинника, енергії і утворення відходів. У 2019 році 28% всього обсягу сировини, що використовується компанією L'Oréal для створення формул нових продуктів, було отримано із застосуванням принципів «зеленої» хімії.

Зміцнення підходу L'Oréal до відповідальних закупівель

У 2019 році ми продовжили реалізацію політики відповідальних закупівель сировини з поновлювальних джерел. Методика, підтримана НГО Rainforest Alliance (Альянс на захист тропічних лісів), зокрема, ґрунтується на таких принципах:

- забезпечення гарантій простежуваності сировини,

©© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Йдеться про нові продукти, для яких були розроблені нові формули хімічного складу, або про продукти, виробництво яких щойно розпочалося на виробничих потужностях Групи, або про продукти, пакування яких було розроблено чи оновлено в 2019 році.

** Перелік визнаних сертифікатів був визначений за підтримки НГО Rainforest Alliance в 2017 р. Він відповідає матриці L'Oréal щодо критеріїв солідарних закупівель (складається з 88 показників), яка була застосована під час аудиту, що в 2019 році був здійснений компаніями EcoCert Expert Consulting, The Biodiversity Consultancy та Данським Інститутом з прав людини.

що означає наявність даних щодо місця походження рослини та країни-виробника;

- оцінка соціальних і екологічних питань з постачальниками в кожній галузі;

- перевірка відповідності наступним критеріям:

- умови праці мають бути гідними і безпечними відповідно до прав людини і принципів, запропонованих Міжнародною організацією праці, на всіх етапах ланцюжку постачання;

- мають бути забезпечені рівні можливості і нульовий рівень дискримінації серед виробників, а також підтримка розширення прав і повноважень жінок;

- вирощування та збирання врожаю сільськогосподарських культур повинне сприяти поліпшенню рівня життя виробників та відповідати традиційним знанням щодо біорозмаїття у певній місцевості, згідно з принципами Нагойського протоколу;

- методи вирощування і збору врожаю мають забезпечувати збереження біорозмаїття, особливо лісів;

- мають застосовуватись низьковуглецеві екологічно безпечні методи ведення сільського господарства;

- верифікація всього процесу постачання незалежною третьою стороною для вимірювання позитивного впливу програм на відповідні сектори, у яких він відбувається. У 2019 році був проведений аудит виробників на місцях (за 88 показниками) за участі компанії Ecocert Expert Consulting, The Biodiversity Consultancy та Данського інституту з прав людини.

МАДАГАСКАР

ПОСТАЧАННЯ ЦЕНТЕЛЛИ АЗІЙСЬКОЇ ІЗ ДОТРИМАННЯМ ПРИНЦИПУ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Біологічно активні екстракти центелли азійської використовуються в засобах для догляду за шкірою. У 2016 році L'Oréal розпочала проект в партнерстві зі своїми постачальниками і за підтримки Союзу етичної біоторгівлі (UEBT), завдання якого полягає у збереженні цієї дикої рослини в природному середовищі, а також у забезпеченні гарантій простежуваності, якості, справедливої оплати праці жінок, які збирають листя центелли, і дотримання прав людини. До закінчення 2019 року 3366 жінок отримали гідну заробітну плату і долучились до навчання належній практиці збирання листя. Вона допомагає забезпечити дбайливе ставлення до цієї природної сировини, водночас полегшуючи її заготівлю і мінімізуючи вплив виробничого процесу на довкілля. Натхненні цими результатами партнери зголосились продовжити цю ініціативу ще на три роки. Паралельно були проведені дослідження щодо вирощування центелли і оптимізації процесу екстракції активних інгредієнтів з метою розробки технологій, які б більшою мірою сприяли раціональному використанню сировини з цієї тендітної рослини і збереженню балансу біорозмаїття. ●

Оптимізація упаковки



МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ



До завершення 2020 року у 100% нашої продукції будуть покращені показники екологічного або соціального профілю. Оптимізація упаковки є важливим кроком для досягнення цієї мети.

За період з 2007 року L'Oréal впровадила екологічно відповідальну політику стосовно упаковки, що ґрунтується на трьох принципах, відомих як «Три R»: Respect, Reduce and Replace (захистити, скорочувати і замінити). Група застосовує в глобальному масштабі процес системного екодизайну упаковки готових виробів і транспортної упаковки, що передує розробці самого продукту. В 2015 році L'Oréal поширила цю процедуру і на рекламні матеріали, що розміщуються в точках продажів (POS). Вона систематично аналізує показники екологічного профілю упаковки, використовуючи SPOT — спеціальний інструмент оцінки, розроблений L'Oréal (див. стор. 18).


Захист довкілля

Стосовно упаковки на основі паперу, картону і деревного волокна Група поставила перед собою завдання використовувати тільки матеріали з лісів із відповідальним управлінням, де захищено біорозмаїття (FSC або PEFC). У 2019 році 100%  паперу, що використовується для інструкцій з використання продукту, 99,9%  картону, який використовується для упаковки продукту, і 94% паперу і картону, що використовуються в POS-матеріалах, надійшли з сертифікованих джерел. З 1 січня 2018 року Група не використовувала жодних матеріалів на основі ПВХ у виробництві своєї готової продукції (за винятком нещодавно придбаних брендів).

Скорочення обсягів і оптимізація використання ресурсів

Ще одним важливим напрямком для поліпшення залишається оптимізація упакування за розміром та вагою із застосуванням меншої кількості ресурсів, зокрема, через випуск продуктів у більшій або багаторазовій тарі. У цей спосіб у 2019 році Група домоглася зменшення ваги 300-мл пляшок для шампунів Garnier на 8% в Європі, завдяки чому економія PET-сировини склала 30 тонн.

Заміна традиційної сировини альтернативною

L'Oréal прагне замінити традиційні матеріали аналогами з вторинних або з поновлюваних джерел (тобто з переробленої або біологічної сировини) за будь-якої можливості. У 2019 році Група замінила матеріали первинного використання на 13 204  тонн переробленої сировини (PCR), що на 52% перевищує показник 2018 року.

© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Це або нові продукти, для яких були розроблені нові формули і які випускаються вперше на підприємствах Групи, або продукти, упаковка для яких була створена або оновлена в 2019 році.

** LOOP™ Industries — це підприємство, яке спеціалізується на переробці пластику, і постачає Групі вторинну PET-сировину харчової якості, вироблену в процесі вторинної переробки пластикових відходів шляхом хімічної деполімеризації. Компанія Carbios є піонером у розробці ферментативних процесів для біорозкладання і переробки пластмас біологічними методами.

*** Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics, або SPICE (Ініціатива у сфері екологічної упаковки для косметичних засобів) — спільний проект L'Oréal і швейцарської компанії Quantis, лідера у сфері кількісної оцінки екологічних показників, які обмінюються методологіями та передовим досвідом, з метою допомогти стандартизувати методи оцінки екологічного сліду упаковки.

Зазначений прогрес насамперед є результатом діяльності компанії із включення вторинної сировини в пластикові та скляні елементи упаковки.

Формування стратегічних партнерських відносин

Рішуче налаштована сприяти розробці інноваційних рішень із застосування вторинного пластику, L'Oréal у 2019 році уклала партнерську угоду з компанією PureCycle, яка постачає перероблений поліпропілен (PP) харчової якості. Це партнерство є наступним кроком на шляху до збільшення частки вторинного пластику в упаковці, яку L'Oréal визначила для себе ще у 2017 році, створивши разом з компанією Carbios консорціум для розробки та промислового впровадження технології ферментативної переробки пластикових відходів. Тримачучи цей курс надалі, в 2018 році L'Oréal налагодила співпрацю із компанією LOOP™ Industries — постачальником вторинного PET-пластику, безпечного для харчових продуктів.**

Долучившись до ініціативи SPICE,*** Група L'Oréal впродовж 2019 року займалась поширенням методології оптимізації упаковки із застосуванням корпоративного інструменту оцінювання продукції — SPOT (див. стор. 18). Компанія активно підтримує міжнародну ініціативу із запровадження принципів циркулярної економіки (економіки замкненого циклу) у поведженні з пластиком — New Plastics Economy, бере участь у Рефлексіях, влаштованих Фондом Еллен МакАртур (Ellen MacArthur Foundation), до складу ключових учасників якого L'Oréal долучилась у 2018 році, зобов'язавшись до 2025 року домогтися суцільного виробництва тари для своїх косметичних засобів з пластику, придатного для багаторазового використання, вторинної переробки або компостування.

YVES SAINT LAURENT

PURE SHOTS, ЛЮКС КОСМЕТИКА В ЕКОЛОГІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

У 2019 році бренд Yves Saint Laurent запропонував на ринку нову серію сироваток Pure Shots, призначених для цільового догляду за шкірою. Елегантність, притаманна усім продуктам бренду майже на генному рівні, присутня у дизайні компактного і зручного флакону, призначеного для повторного використання, зі змінним картриджем. Для зниження шкідливого впливу на довкілля картриджі з усіма чотирма видами сироватки можуть використовуватись з тим самим прозорим флаконом. Такий екодизайн забезпечує значну економію води і зниження вуглецевого сліду, в порівнянні з виробництвом сироватки в одноразовому флаконі. Вплив зменшується вдвічі, якщо споживачі використовують повний флакон і три змінних картриджі до нього, замість купувати чотири флакона, при цьому загальна вага упакованого виробу знижується на 52%. Pure Shots доводить, що компроміс між розкішшю та інноваціями на користь сталого розвитку цілком можливий. ●

Досягнення нульового рівня вирубки лісів

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

ПАЛЬМОВА ОЛІЯ



100% ✓

поставок пальмової олії, а також похідних із неї та похідних пальмоядрової олії,

які починаючи з 2012 року сертифіковані, надійшли з джерел поновлювального постачання, згідно з критеріями RSPO.

СОЄВА ОЛІЯ



100%

сої з Латинської Америки сертифіковано як продукт з джерел поновлювального постачання.

СЕРТИФІКОВАНИЙ ПАПІР І КАРТОН



100% ✓

паперу, використаного для виготовлення інструкцій до товару, сертифіковано.

99,9% ✓

картону для упаковки продукту сертифіковано.

Важливою складовою нашої політики щодо вирубки лісів, що була оприлюднена в 2014 році, є зобов'язання найпізніше до завершення 2020 року домогтися, щоб жодний з інгредієнтів та сировинних ресурсів, які використовуються у виробництві її продукції, не був пов'язаний із вирубкою лісів.

З 2007 року компанія L'Oréal вже реалізувала низку запланованих заходів, покликаних забезпечити закупівлі сировини, яка може стати причиною знелісення, із джерел, що гарантують дотримання принципів екологічно відповідального природокористування.

Пальмова олія та похідні з пальмової та пальмоядрової олії

L'Oréal закупила менше 320 тонн пальмової олії у 2019 році. Компанія споживає похідні пальмової олії (з м'якоті плодів пальми) і кісточкової пальмової олії (що екстрагується з ядра кісточки) у розмірі, еквівалентному 70 000 тонн пальмової олії. 100% ✓ пальмової олії, яку закуповує L'Oréal, було зібрано з дотриманням стандартів RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) — Круглого столу з питань екологічно сталого виробництва пальмової олії, відповідно до моделі ланцюгу постачання Segregated або SG, тобто повністю вироблено на плантаціях, сертифікованих RSPO. Щодо похідних пальмової олії, які закуповує L'Oréal, то всі 100% ✓ цієї сировини надходять із сертифікованих джерел, при цьому частка закупівель Mass Balance збільшилася, сягнувши в 2019 році 70% (у порівнянні з 54% ✓ у 2018 році). Решта поставок відбувається за моделлю RSPO Book and Claim. Крім того, у 2014 році Група почала відстежувати похідні пальмової олії аж до джерела походження. Станом на 2018 рік,* L'Oréal відстежує 98% загального обсягу похідних до їх виходу з олієекстракційних заводів, 88% до їх виходу з млинів і 25% до їх виходу з плантацій. L'Oréal також опублікувала список 1355 млинів, опосередковано пов'язаних з її ланцюгом постачання, а також перелік прямих постачальників похідних пальмової олії.

L'Oréal використовує розроблений неурядовою організацією Global Forest Watch інструмент оцінки ризику вирубки лісів. Оцінка всіх прямих постачальників Групи відбувається відповідно до вимог Екологічного індексу пальмової олії (Sustainable Palm Index), ще одного інструмента, доступного для зацікавлених сторін у секторі виробництва пальмової олії. Щоб досягти подальшого прогресу, в 2018 році L'Oréal почала розробку нового інструмента для оцінки олієекстракційних заводів і млинів (які віджимають олію із плодів) на основі їх політики, процедур і звітності. Показники, що використовуються для цієї оцінки, приведені у відповідність до

© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Відстежуваність визначалась для закупівель, які відбувались у 2018 році, оскільки дані щодо відстежуваності становлять кульмінацію процесу збору даних серед всіх учасників ланцюгу постачання, перевірки та консолідації даних, зібраних незалежною третьою стороною.

встановлених Групою стандартів нульової вирубки лісів. Цей інструмент був оприлюднений в 2019 році.

Соєва олія та її похідні

У 2019 році 100% соєвої олії, що L'Oréal закуповує в Латинській Америці (в обсязі 270 тонн щороку), були сертифіковані як вироблені з дотриманням принципів відповідального використання природних ресурсів (органічного або простежуваного походження (IP)). Похідні соєвої олії, що використовує Група, переважно надходять із зон, які не становлять небезпеки з погляду винищення лісів.

Продукти з деревного волокна

У складі матеріалів, які використовує L'Oréal для упаковки, 100% ✓ паперу, на якому друкується інструкція до продукту, і 99,9% ✓ картону для його упаковки надходять із лісів, сертифікованих за стандартами FSC або PEFC як лісові насадження, що відповідально використовуються. Крім того, сертифіковано 94% ✓ паперу і картону, що застосовуються в POS-матеріалах. L'Oréal, окрім цього, використовує у своїх продуктах інші інгредієнти з деревини, такі як похідні із целюлози та деякі парфумерні компоненти. Дослідження, проведене разом із НГО Rainforest Alliance, дозволило L'Oréal вилучити з числа основних поставок закупівлі сировини, пов'язаної з ризиком винищення лісів.



Четвертий рік поспіль L'Oréal отримує вищу оцінку «Три А» у рейтингу CDP (Carbon Disclosure project) за високі показники у відповідальному управлінні лісовими ресурсами.

У 2019 році 30 постачальників паперу, пальмової олії та сої долучились до третього етапу Ланцюжку постачань Проекту з лісових ресурсів Програми CDP (див. стор. 22).

Дізнатись більше про пальмову олію можна зі звіту Palm Oil Progress Report на сайті loreal.com.

ІНДОНЕЗІЯ

ПІДТРИМКА ВИРОБНИКІВ У ДІЯХ ЗІ СТРИМУВАННЯ ВИРУБКИ ЛІСІВ

До закінчення 2019 року в регіоні національного парку Бербак в провінції Джамбі на індонезійському острові Суматра 7169 незалежних виробників пальмової олії були навчені належній практиці сільськогосподарського виробництва. Підвищення врожайності та якості зібраного ними врожаю дозволило цим фермерам стабілізувати і збільшити свої доходи. Мета цього проекту відповідальних закупівель сировини, який L'Oréal розпочала у 2018 році разом з НГО «SNV» (Організація з міжнародного розвитку Нідерландів), полягає у навчанні впродовж п'яти років 12 500 дрібних фермерів, як запобігти знелісенню, водночас із поліпшенням якості життя фермерських родин. Залучення всіх учасників ланцюжка поставок підвищує можливість відстеження сировини і покращує контроль процесу виробництва, із забезпеченням нульового рівня вирубки лісів. L'Oréal також долучилась до відновлення 22 000 га торф'яних боліт в регіоні, що дозволить зберегти т.зв. «коридор біорозмаїття» і запобігти викидам 50 000 тонн CO₂ в 2019 році. ●



ВІДПОВІДАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО

L'Oréal визначила мету — до завершення 2020 року зменшити вплив на довкілля внаслідок роботи своїх заводів і розподільчих центрів на 60% у порівнянні з 2005 роком. Для L'Oréal зниження в абсолютному вираженні викидів в атмосферу газів, що створюють парниковий ефект, скорочення споживання водних ресурсів і утворення відходів на одиницю готової продукції, а також пом'якшення екологічних наслідків транспортування продукції стали визначальними показниками успішного виробництва.



Скорочення викидів CO₂ / 14

Зниження споживання води / 15

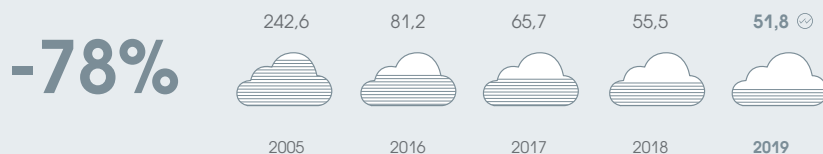
Зменшення кількості відходів / 16

Скорочення викидів CO₂

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

ВИКИДИ CO₂ НА ЗАВОДАХ І РОЗПОДІЛЬЧИХ ЦЕНТРАХ ЗА ПЕРІОД З 2005 РОКУ*

(кілотонн в абсолютному вираженні, згідно з методологією Протоколу про парниковий газ (GHG Protocol, Групи 1 і 2))



ВИКИДИ CO₂, ПОВ'ЯЗАНІ З ТРАНСПОРТУВАННЯМ, ЗА ПЕРІОД З 2011 РОКУ**

(у грамах CO₂ на одиницю товарної продукції на 1 км)



434 293 тонн CO₂ виділено в атмосферу в 2019 році.

У 2019 році ми скоротили у порівнянні з 2005 роком викиди парникових газів (ПГ) на заводах і розподільчих центрах на 78% в абсолютному вираженні, перевищивши цільовий показник у -60%, якого планувалося досягти до завершення 2020 року.

В період між 2005 та 2019 роками L'Oréal скоротила викиди ПГ на 78% в абсолютному вираженні. Цей визначний здобуток був відзначений Проектом вуглецевої звітності — CDP (Carbon Disclosure Project), який сьомий рік поспіль оцінює L'Oréal вищим балом «Три А» у своєму рейтингу протидії кліматичним змінам.

Ми ще наполегливіше впроваджуємо в життя ініціативи щодо нових цільових показників викидів, яких Група планує досягти до 2030 року, затверджених Ініціативою зі зниження викидів (Science Based Targets). Показники поширюються на весь виробничо-збутовий ланцюжок та стосуються прямих та опосередкованих екологічних наслідків діяльності компанії. У вересні 2019 року компанія L'Oréal приєдналася до ініціативи ООН Business Ambition for 1,5 °C взявши на себе зобов'язання досягти нульової емісії CO₂ до 2050 року, тим самим сприяючи утриманню глобального підвищення температури в межах 1,5 °C вище доіндустріального рівня.

Підвищення енергоефективності

За більш ніж 20-річний період Група знизила енергоспоживання на своїх виробничих об'єктах, покращивши ізоляцію та конструкцію будівель, оптимізувавши процеси виробництва і впровадивши енергоефективні технології. Завдяки всьому цьому L'Oréal знизила енергоспоживання на 36% (у кВт•год на 1000 одиниць готової продукції) за період з 2005 до 2019 року включно. Групою також зараз проводиться сертифікація всіх підприємств за міжнародним стандартом впровадження системи енергетичного менеджменту — ISO 50001. До завершення 2019 року 68% виробництв (26 заводів) були сертифіковані. Крім того, L'Oréal продовжила впровадження нового інструмента для класифікації споживання енергії за типами на конкретних виробничих об'єктах — Energyscan. Найкращі з досягнутих показників установлені як стандартні для всіх підприємств Групи.

Збільшення частки поновлюваних джерел енергії

Завдяки масштабним проектам із впровадження технологій, що використовують переваги місця розташування кожного з об'єктів (наприклад, отримання енергії з біогазу, біомаси, із застосуванням сонячних панелей тощо), а також завдяки придбанню екологічно чистих електроенергії та газу, на

частку поновлюваних джерел припадає 69% енергії, що споживається на заводах і в розподільчих центрах L'Oréal. Наприкінці 2019 року 35 промислових об'єктів в складі Групи, зокрема й 14 заводів, досягли вуглецевої нейтральності.***

Скорочення викидів, пов'язаних з транспортуванням продукції

L'Oréal у порівнянні з 2011 роком знизила викиди, пов'язані із транспортуванням продукції з виробничих підприємств до розподільчих центрів на 12% (у розрахунку на одну товарну одиницю, що транспортується на 1 км). У 2019 році її стратегія відповідальних транспортних перевезень була зосереджена на трьох основних напрямках: скороченні обсягу повітряних перевезень; впровадженні ініціативи GLAM («Остання зелена миля»), якою передбачені певні технологічні рішення, що дозволяють Групі скоротити негативний вплив на довкілля в міських районах; і реалізації проекту зі створення «зелених смуг», що сприяє зниженню викидів CO₂ на маршрутах дальніх перевезень. Ще однією складовою цієї роботи стало проведення перших випробувань вантажних перевезень залізницею між Європою та Китаєм.

Залучення постачальників

Починаючи з 2009 року L'Oréal активно підтримує приєднання постачальників, які працюють із Групою, до програми Forest Disclosure Project Supply Chain. У 2019 році число постачальників, що долучилися до програми, у порівнянні з 2018 роком зросло з 437 до 479 (див. стор. 22).

Запрошуємо ознайомитись з оцінкою рівня парникових газів — на сайті loreal.com.

КИТАЙ



ПРИКЛАД ВИРІШЕННЯ ЗАДАЧ ЩОДО ВУГЛЕЦЕВОЇ НЕЙТРАЛЬНОСТІ

У 2019 році завод L'Oréal в Сучжоу в Китаї став вуглецево-нейтральним. Цей результат має неабияке значення для Групи, оскільки Китай став першою країною, в якій L'Oréal домоглася вуглецевої нейтральності всіх своїх об'єктів: заводів, розподільчих, науково-дослідних центрів та обслуговуючих підприємств.

Свій шлях до цього здобутку L'Oréal China розпочала у 2018 році з візиту до підприємства представників влади Китаю і Франції, під час якого була підписана угода щодо перетворення фабрики у вуглецево-нейтральний об'єкт компанії. Домогтися цієї мети вдалося вже в червні 2019 року, коли була побудована електростанція для комбінованої генерації електроенергії та тепла, яка дозволяє задовольняти власні потреби у тепловій та електричній енергії, використовуючи відновлювальні джерела. ●

©© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Індикатор розраховується відповідно до «ринкової» методології, визначеної Протоколом з ПГ. У цих значеннях враховані викиди, пов'язані з витоком холодоагенту.

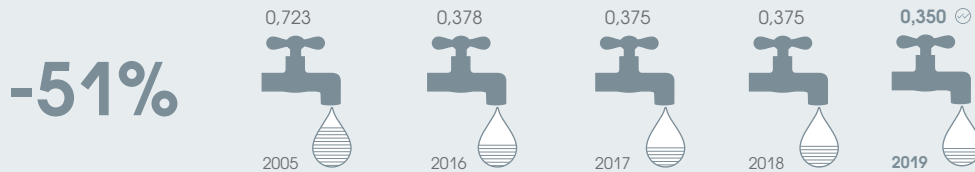
** Розрахунок стосується об'єктів у межах операційної сфери діяльності Групи і виключає нові придбання (Stylenanda і Logocos), а також продукти, які продаються онлайн через веб-сайти Групи.

*** 14 заводів, які досягли вуглецевої нейтральності в 2019 році: Лібрамон в Бельгії, Сеттімо в Італії, Алькала-де-Енарес та Бургос в Іспанії, Гоші, Ормес та Рамбуе, Vichy і La Roche-Posay у Франції, Карлсруе в Німеччині, Ічан та Сучжоу в Китаї, Монреаль в Канаді та Фунза у Колумбії.

Зниження споживання води

МОНІТОРИНГ ЦІЛЬОВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

СПОЖИВАННЯ ВОДИ ЗАВОДАМИ І РОЗПОДІЛЬЧИМИ ЦЕНТРАМИ ЗА ПЕРІОД З 2005 РОКУ (у літрах на одиницю готової продукції)



Ми зобов'язалися до 2020 року знизити споживання води на 60% у розрахунку на одиницю готової продукції у порівнянні з 2005 роком. Для досягнення поставленої мети нами розпочато низку проєктів: оптимізація витрат води і впровадження нових технологій обробки, повторної обробки і вторинного використання води на виробничих об'єктах.

L'Oréal віддає пріоритет відповідальному водокористуванню в рамках своїх виробничих операцій, зводячи до мінімуму свої потреби у воді й беручи до уваги місцевий рівень доступності цього життєво важливого ресурсу. Всі проєкти, реалізовані в 2019 році, дозволили Групі знизити споживання води (в літрах на готову продукцію) на своїх заводах і розподільчих центрах на 51% у порівнянні з 2005 роком. Це становить скорочення споживання Групою в абсолютному вираженні на 33%, при збільшенні обсягу виробництва за той же час на 37%.



За реалізацію цих програм у поєднанні з кроками з пом'якшення водного сліду формул, які застосовуються у продукції L'Oréal (див. стор. 9), Група четвертий рік поспіль отримує найвищу оцінку «Три А» у рейтингу CDP за визнання корпоративних досягнень у сфері відповідального використання водних ресурсів (див. стор. 25).

Оптимізація споживання води

Група використовує на всіх своїх заводах Waterscan — інструмент, за допомогою якого визначається кількість води, що використовується для різних цілей (очищення, прибирання, охолодження тощо) і вимірюється обсяг води, що споживається в кожній категорії. Найкращі з досягнутих показників за різними категоріями водокористування встановлюються як стандартні для всіх підприємств Групи.

Повторне використання, вторинна обробка та утилізація

Триває встановлення Групою станцій водоочиснення на виробничих об'єктах. Завдання L'Oréal полягає в повторному використанні, за найменшої можливості, води промислового призначення, підготовленої для цього відповідним чином із застосуванням різних технологій (наприклад, ультрафільтрування, зворотний осмос тощо), які дозволяють отримати воду дуже високої якості.

Цю воду використовують повторно для очищення

інструментів або в процесах охолодження. Наприкінці 2019 року 14 заводів* Групи мали такі установки, що відкрило нові можливості в індустрії виробництва косметичних засобів.

Проєкт Waterloop factory** («Заводи із замкненим циклом споживання води»)

Загалом, L'Oréal продовжує впроваджувати технології, які дозволяють їй заводам стати «заводами із замкненим циклом водоспоживання». Ця концепція вимагає, щоб для виробничих процесів (очищення обладнання, виробництво пари і т.ін.), суцільно споживалася вода, повернута до системи водопостачання після очищення на місці, без застосування води, що надходить з комунальної системи. Оптимізація цих виробничих процесів сприяла скороченню потреб певних об'єктів у воді до 80% у порівнянні з 2005 роком. У 2019 році L'Oréal завершила перехід заводу в Лібрамон (Бельгія) до замкнутого циклу водоспоживання, довівши кількість таких заводів в складі Групи до чотирьох.

Залучення постачальників

Починаючи з 2013 року L'Oréal запрошує постачальників, з якими працює, приєднатися до проєкту Water Disclosure Project Supply Chain (Ланцюг постачання Проєкту з водних ресурсів). У 2019 році 94 постачальники компанії погодилися взяти участь у цій програмі, яку реалізує CDP (див. стор. 22).

БЕЛЬГІЯ

ЗАВОД У ЛІБРАМОН: ВЖЕ ЧЕТВЕРТИЙ ОБ'ЄКТ ІЗ ЗАМКНЕНИМ ЦИКЛОМ ВИКОРИСТАННЯ ВОДИ

Завод Групи в комуні Лібрамон у Бельгії став четвертим у запровадженні технології «водяної петлі» після того, як в 2017 році це зробила фабрика L'Oréal в Бургосі (Іспанія), а в 2018 році — фабрика у Сеттімо (Італія) та в Ворсино (Росія). Вся вода, яка використовується для роботи фабрики (для очищення резервуарів, виробництва пари, комунальних послуг і т.ін.), надходить після циклу очищення, що відбувається безпосередньо на підприємстві. Вода з комунальної мережі водопостачання використовується лише як складовий інгредієнт продукції або для задоволення особистих потреб персоналу. Фабрика, що спеціалізується на створенні продуктів для фарбування волосся для масового європейського ринку, вирішила проблему повторного використання стічних вод, поєднавши дві технології: зворотного осмосу (фільтрування за допомогою мембран) та «евапоконцентрації» або випаровування (дистиляції). За допомогою устаткування, встановленого на станції очищення стічних вод підприємства, забезпечується біологічна та фізико-хімічна обробка вживаної води і повернення до системи водопостачання в середньому до 200 м³ води щодня. На рік це становить 60 мільйонів літрів, що дорівнює річному обсягу споживання води 600 домогосподарствами. ●

©© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Карлсруе в Німеччині, Лібрамон в Бельгії, Монреаль в Канаді, Сучжоу в Китаї, Бургос в Іспанії, Флоренс в США, Оне-су-Буа та Рамбуе у Франції, Пуна в Індії, Джакарта в Індонезії, Мигдаль в Ізраїлі, Сеттімо в Італії, Мехіко в Мексиці та Ворсино в Росії.

** В 2019 році концепція «сухого заводу» дістала нову назву — Waterloop factory («завод із замкненим циклом водоспоживання.») Всі пов'язані з цим визначення залишаються без змін.

Зменшення кількості відходів

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

ГЕНЕРАЦІЯ ВІДХОДІВ ЗАВОДАМИ І РОЗПОДІЛЬЧИМИ ЦЕНТРАМИ ЗА ПЕРІОД З 2005 РОКУ

(у грамах на одиницю готової продукції)

-35%



УТИЛІЗОВАНІ ВІДХОДИ

97%

виробничих відходів утилізовано.

ВІДХОДІВ, ВІДПРАВЛЕНИХ НА СМІТТЄЗВАЛИЩЕ*

0
виробничих відходів

відправлено на сміттєзвалище.

Ми зобов'язалися до завершення 2020 року скоротити на 60%, у порівнянні з 2005 роком, кількість відходів, що утворюються на наших заводах і в розподільчих центрах. Ми запроваджуємо амбітні заходи для зниження утворення відходів у точці виробництва, із забезпеченням водночас утилізації залишкових відходів.

Амбітна мета

Ми маємо амбітну політику поводження з відходами, яка виходить далеко за рамки нормативних вимог. Тому Група встановила дуже строге визначення поняття «відходи», яке включає упаковку сировини або продукту, осад, що утворився в очисних спорудах, тощо.

У 2019 році Група скоротила кількість відходів в абсолютному вираженні на 11%, в той час як обсяг виробництва за той же період зріс на 37%. Це становить скорочення на 35% відходів, що утворилися в розрахунку на готову продукцію, у порівнянні з падінням цього ж показника торік на 37%. Трохи нижчий результат цього року пояснюється, насамперед, незвичним утворенням відходів, яке пов'язане з якісними показниками та морально застарілою сировиною і готовою продукцією.

Менше відходів у місці походження

Щоб виконати своє зобов'язання зі скорочення обсягу відходів, L'Oréal оптимізує використання матеріалів на етапі кожної виробничої операції. На цьому підході ґрунтуються декілька проєктів, що реалізуються в масштабі всієї Групи, зокрема, спрямованих на:

- зниження кількості відходів від транспортної упаковки на заводах і в розподільчих центрах, за допомогою застосування екодизайну, зниження ваги, оптимізації, повторного використання і типових матеріалів. Ще однією стратегією є розміщення підрозділу постачальника з виробництва упаковки «під одним дахом» із виробництвом продукту — т. зв. стратегія «стіна-до-стіни» (wall-to-wall). Це дозволяє заводу заощаджувати на перевезенні упаковки і скорочує відходи, пов'язані з транспортною упаковкою;
- удосконалення процесів виробництва та упаковки для зведення до мінімуму виробничих втрат;
- встановлення систем обробки осаду, що утворюється в очисних спорудах на заводах,

обладнаних ними, щоб знизити їх обсяг, а, отже, і екологічні наслідки від їх транспортування та наступної процедури очищення.

Утилізація залишкових відходів

L'Oréal планує зробити наступний крок у забезпеченні максимально можливої утилізації відходів, появи яких не можна уникнути, просто в місці їх утворення. У 2019 році компанія утилізувала 97% відходів свого виробництва — повторно використавши їх або переробивши на вторинну сировину, або пристосувавши для виробництва енергії. 58% цих відходів становили саме утилізовані матеріали (тобто, чи то повторно використані, чи то перероблені у вторинну сировину).

Сприяння впровадженню економіки замкненого циклу

На всіх етапах виробничо-збутового ланцюжка L'Oréal прагне впроваджувати екодизайн, методи ефективного використання ресурсів і локальне управління відходами. Група прагне інтегруватись до «економіки замкненого циклу», незалежно від регіону присутності, домагаючись ефекту синергії свого виробництва з іншими важливими гравцями економіки регіону.

ФРАНЦІЯ



НАБЛИЖЕННЯ ДО ЕКОНОМІКИ ЗАМКНЕНОГО ЦИКЛУ ЧЕРЕЗ ПАРТНЕРСТВО У ВИКОРИСТАННІ СКЛЯНОЇ ТАРИ

Прагнучи здобути максимум користі з відходів виробництва на своїх підприємствах, L'Oréal має за мету до 70% з них переробляти у вторинну сировину або повторно використовувати.

Для запровадження вторинної переробки нормативних (немінучих) відходів, на зразок пошкоджених, застарілих та нерезалізованих парфумів, розташовані у Франції підприємства дивізіону L'Oréal Luxe запровадили партнерські стосунки з компанією під назвою Cèdre, яка розбирає флакони і вилучає матеріали, зокрема, скло для вторинної переробки. Вилучене скло згодом надходить до фабрики Poschet, яка є одним з постачальників скляної тари для виробів Групи. Там ця сировина стає матеріалом для виробництва нових флаконів. Різдвяний флакон для парфумерії Viktor&Rolf's Flowerbomb 2019 року на 10% складається з високоякісного переробленого скла. Таким чином, це партнерство дозволяє рухатись в напрямку економіки з більш замкненим циклом, за якої продукція частково виробляється з матеріалів, відновлених з відходів попереднього виробництва. ●

☺☺ На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Понад нормативні вимоги, запроваджені в певній країні.



ВІДПОВІДАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ

L'Oréal прагне спонукати споживачів зробити вибір на користь відповідального споживання. Для досягнення цієї мети Група застосувала різнобічний підхід: збір інформації про екологічні наслідки та соціальний вплив своєї продукції, оцінка впливу кожного бренду, підвищення рівня обізнаності споживачів і посилення привабливості екологічно і соціально відповідального ставлення до споживання.



Оцінка екологічного сліду продуктів / 18

Підвищення рівня обізнаності споживачів про відповідальне споживання / 19

Оцінка екологічного сліду продуктів

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

ВИКОНАНО ОЦІНКУ ПРОДУКЦІЇ



100%

нових або оновлених продуктів у 2019 році оцінено із застосуванням інструмента оцінки.*

ІНФОРМУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ**



% брендів, які надають споживачам інформацію, здобуту за допомогою інструмента оцінювання продукту (SPOT), щоб допомогти їм робити усвідомлений споживчий вибір. Відсоток таких брендів буде визначений, щойно завершиться робота над системою соціальної та екологічної індикації, що наразі знаходиться в стадії розробки і має бути запроваджена до завершення 2020 року.

До завершення 2020 року ми налагодимо надання споживачам інформації про показники екологічного і соціального профілю нашої продукції, щоб допомогти їм зробити усвідомлений вибір на користь відповідального споживання.

SPOT: унікальний інструмент оцінювання

У період між 2014 і 2016 роками низка підрозділів L'Oréal, які займаються питаннями сталого розвитку, створенням упаковок і проведенням наукових досліджень працювала над створенням інноваційного інструмента, який дозволяє оцінювати соціальні та екологічні показники продуктів Групи, і вперше впровадила соціальні та екологічні критерії її оцінки. У 2017 році Група впровадила для всіх своїх брендів інструмент, відомий як інструмент оптимізації продукту в контексті сталого розвитку (Sustainable Product Optimisation Tool, або SPOT).

У 2019 Група здійснила оцінку показників соціального та екологічного профілю всіх продуктів, розроблених протягом року, за допомогою цього інструмента. L'Oréal поділилася розробленим її фахівцями методом оцінки впливу упаковки на довкілля із застосуванням SPOT з ініціативою SPICE в 2018 році.***

Налагоджена методика, розроблена в співавторстві з експертами

Створена L'Oréal для розробки інструмента група з 11 міжнародних експертів зробила свій внесок у розробку методології в повній відповідності до європейських стандартів оцінки екологічного сліду продукту — Product Environmental Footprint (PEF), щоб в своєму остаточному варіанті вона забезпечувала фактичне і вірогідне уявлення про екологічні наслідки.

Щодо соціального елементу, L'Oréal разом із групою з дев'яти відомих експертів з аналізу впливу на суспільство життєвого циклу продукту вперше розробила методологію для розрахунку соціального впливу косметики. З погляду екології, інструмент SPOT побудований на поєднанні методологій аналізу впливу продукту протягом його життєвого циклу і концепції «планетарних меж», що розроблена вченими-екологами під керівництвом Йохана Рокстрема (Johan Rockström) зі Стокгольмського центру сталого розвитку. Вони були використані в рамках SPOT для урахування різних аспектів впливу продукту на довкілля в контексті екологічних проблем, що стоять перед людством.

Засіб покращення показників соціального та екологічного профілю продукту

100% продуктів, створених або оновлених у 2019* році, загальною кількістю 2180, було оцінено із застосуванням SPOT, який відтепер повністю інтегрований у процес розробки і виробництва нових продуктів, даючи змогу L'Oréal:

- моделювати різні варіанти дизайну, щоб оцінити їхній вплив на довкілля і суспільство, і визначити потенційні можливості для покращення;
- кількісно оцінювати зниження впливу за кожним аспектом продукту і стежити за досягнутими результатами за чотирма напрямками, над удосконаленням яких працює компанія, а саме: за упаковкою, екологічним і соціальним впливом формули продукту, часткою поновлюваних інгредієнтів, що отримуються з екологічних джерел або в результаті застосування «зелених» хімічних технологій, і суспільною користю, яку несе виробництво продукту.

Інформування споживачів

Зараз підрозділи Групи працюють над тим, щоб результати оцінки продуктів за допомогою SPOT стали доступними для споживачів через зручну систему виведення даних про соціальний і екологічний вплив, відповідно до Європейських рекомендацій у даному питанні. Певні бренди Групи розпочнуть впроваджувати такий механізм виведення даних, починаючи з 2020 року.

REDKEN

ПРИКЛАД ЗАСТОСУВАННЯ SPOT-ІНСТРУМЕНТА ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ СОЦІАЛЬНОГО ТА ЕКОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ ПРОДУКТІВ КОМПАНІЇ

У 2019 році бренд Redken удосконалив формули хімічного складу шампунів та кондиціонерів з культових лінійок All Soft, Extreme та Color Extend під відомою багатом назвою Nature + Science. Завдяки застосуванню інструмента оцінки SPOT, були виявлені покращення показників соціального та екологічного впливу за такими напрямками:

- Упаковка: пляшку вироблено на 100% з вторинної сировини з т.зв. «відходів після споживання» (PCR), за винятком упакування для фарб;
- Інгредієнти природного походження: від 83% до 99% залежно від продукту;
- Соціальний вплив: упаковка виробляється з сировини, яка надходить від двох постачальників, які дотримуються принципів раціонального природокористування, підтримують рівні умови працевлаштування і підприємницьку ініціативу жінок. ●

* Йдеться про продукти, вироблені L'Oréal (за винятком тих, що продаються за системою full-buy, вироблені нещодавими придбаними брендами, тестерів і зразків тощо).

** Це значення буде вказано після доопрацювання механізму виведення даних соціального та екологічного впливу. Механізм перебуває в розробці й буде впроваджений для використання всіма брендами Групи.

*** Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics або SPICE (Ініціатива у сфері екологічної упаковки для косметичних засобів) — спільний проект L'Oréal і швейцарської компанії Quantis, лідера у сфері кількісної оцінки екологічних показників, які обмінюються методологіями і передовим досвідом з метою допомогти стандартизувати методи оцінки екологічного сліду упаковки.

Підвищення рівня обізнаності споживачів про відповідальне споживання

МОНІТОРИНГ ЦІЛЬОВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

Оцінка і звітність



89% ✓

брендів оцінили екологічні наслідки і соціальний ефект своєї продукції і зобов'язалися зменшити їх і прозвітувати про результати.*

Підвищення рівня обізнаності споживачів



57% ✓

брендів проводили інформаційні кампанії зі споживачами.*

До завершення 2020 року ми покращимо показники екологічного і соціального профілю усіх 100% нових продуктів. Ми інформуватимемо споживачів про характеристики цих продуктів, щоб спонукати їх зробити вибір на користь відповідального споживання.

Плани з удосконалення на порядку денному всіх брендів L'Oréal

З моменту запуску програми «Ділитися красою з усіма» у 2013 році кожен бренд у рамках Групи оцінив свій вплив на довкілля, проаналізувавши свій портфель формул і упаковки, щоб створити план інновацій на основі принципів сталого розвитку. Бренди визначають можливості для покращення кожного продукту зі свого асортименту і розробляють план дій. У 2019 році 89% ✓ брендів Групи виконали цю роботу.*

Залучені компанії та кампанії із залучення

Усвідомлюючи здатність брендів компанії суттєво впливати, L'Oréal підтримує їх у прагненні підвищити рівень обізнаності і спонукати до дій своїх партнерів, споживачів і клієнтів стосовно основних проблем екології та суспільного життя. Отже, кожен бренд має самостійно визначитися з головною ідеєю, яка лежатиме в основі інформаційної кампанії. У 2019 році це зробили 57% ✓ брендів.*

Бренди, що вже приєдналися до проєктів з підвищення поінформованості, продовжують працювати в цьому напрямку. Приміром, La Roche-Posay за допомогою інформаційно-просвітницької кампанії Skin Checker у напрямку профілактики захворюваності на рак шкіри. З 2014 року понад 110 мільйонів людей долучилися до перевірки пігментних плям на шкірі, щоб запобігти виникненню меланоми. Дивізіон професійних продуктів, а саме бренд L'Oréal Professionnel також продовжує просвітницьку роботу серед перукарів — його навчальний додаток з профілактики захворювань опорно-рухового апарату був завантажений понад 35 000 разів. Бренд Lancôme запровадив міжнародну програму Wright Her Future («Напиши їй майбутнє»), яка навчає молодих жінок писемності та грамотності, розпочату в 2018 році у партнерстві з неприбутковою громадською організацією (NGO) Care. На сьогодні програма охоплює понад 13 000 осіб. Бренд Biotherm продовжує розвивати свою ініціативу щодо захисту

океанів, і зокрема, від його забруднення пластиковими відходами, в межах програми Waterlovers. Зокрема, завдяки програмі надається підтримка Mission Blue, яка взяла під свій захист 17 млн кв. км в межах проєкту під назвою Норе Posts, а також підтримка наукової екологічної експедиції Фонду Tara Océan. Маючи на меті сприяти розвитку циркулярної безвідходної економіки, бренд Biotherm також зобов'язався до 2025 року домогтися, щоб 100% пластикової тари для продукції бренду були придатні до багаторазового використання або вторинної переробки. Зрештою, в межах програми Armani Acqua for Life у 2019 році було розпочато здійснення чотирьох нових інфраструктурних проєктів, метою яких є розширення доступу до питної води в Індії, Китаї, Кенії та Аргентині. Завдяки 9 мільйонам євро, інвестованих брендом Giorgio Armani в програму, з 2010 року доступ до питної води дістали 217 000 людей по всьому світу.

У 2019 році L'Oréal продовжила свою кампанію Trions en beauté у Франції. Мета цієї програми, розпочатої в 2018 році, полягає у заохоченні споживачів до сортування упаковки косметичних продуктів, які вони споживають. Таким чином, 71 бренд L'Oréal у Франції приєднався до цієї ініціативи, додаючи інформаційно-агітаційний банер Pignons le soin de trier («Працюймо над сортуванням») і адресу спеціальної веб-платформи trionsenbeaute.fr до всіх своїх інформаційних матеріалів (на телебаченні, в соціальних мережах і на рекламних постерах).

KIEHL'S



БРЕНД, ЯКИЙ ПРАЦЮЄ НА ЗАХИСТ ДОВКІЛЛЯ

У 2019 році бренд Kiehl's спрямував 800 000 доларів США на підтримку заходів у трьох напрямках: захист навколишнього середовища, добробут дітей і дослідження в галузі ВІА/СНІДу.

Важливою подією цього року стало глобальне партнерство бренду зі співаком Джоном Леджендом навколо платформи сталого розвитку Kiehl's Future Made Better, що відображає постійні зусилля бренду щодо забезпечення сталого розвитку - шляхом оновлення формул, упаковки, виготовлення та переробки продуктів та громадських зобов'язань. Символом партнерства бренду Kiehl's з Джоном Леджендом став створений в обмеженій кількості новий косметичний засіб — Rare Earth Mask, надходження від продажів якого були спрямовані на підтримку екологічних організацій у усьому світі. Для мобілізації споживачів у соцмережах був запущений челендж #Better10 — головна ідея якого полягає в тому, щоб встигнути зробити світ дещо кращим місцем для проживання за ті 10 хвилин, впродовж яких висихає косметична маска Rare Earth Mask, і поділитись ідеями та порадами, застосовуючи хештег #better10. ●

✓ На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Відсоток розрахований в порівнянні з консолідованими продажами за 2018 рік.



ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

Спільне зростання з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами є пріоритетом для L'Oréal. Група допомагає представникам незаможних верств населення отримати можливість працевлаштуватися, реалізуючи для цього низку програм, підтримує постачальників у втіленні в життя стратегії сталого розвитку і забезпечує своїм працівникам в усьому світі найкращі соціальні гарантії.



Сприяння у працевлаштуванні та інклюзивний підхід / 21

Залучення постачальників до реалізації принципів сталого розвитку / 22

Турбота про персонал — точка відліку у сталому розвитку Групи / 23

Сприяння у працевлаштуванні та інклюзивний підхід

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ



До завершення 2020 року 100 000 осіб із малозабезпечених верств населення отримають можливість влаштуватися на роботу за сприяння L'Oréal. Для досягнення цієї мети ми розробили певну кількість заходів, зокрема: програма відповідальних закупівель Solidarity Sourcing, навчання професіям і залучення людей з інвалідністю у свої робочі команди.

Розширення прав і можливостей за допомогою програми відповідальних закупівель

Програма відповідальних закупівель Solidarity Sourcing, що заснована в 2010 році, спрямовує частину глобальних закупівель Групи постачальникам, які надають можливість отримати роботу і стабільний дохід людям, які часто не мають доступу до ринку праці. Мова йде про компанії, які наймають представників малозабезпечених категорій населення, співпрацюють із фірмами, які, як правило, не мають доступу до великих міжнародних тендерів, і мікропідприємствами.

Програма відповідальних закупівель Solidarity Sourcing діє у всіх регіонах, де працює L'Oréal, і охоплює всі види закупівель, включно із сировиною, підрядним виробництвом і рекламною продукцією.

У 2019 році вона надала змогу 70 912 особам ✓ з громад, які відчули соціальні або фінансові труднощі, дістати доступ до працевлаштування або зберегти роботу і гідну оплату праці. Цей показник збільшився на 14 070 осіб (або 25%) проти 2018 року.

Краса для кращого життя

У рамках програми Beauty For a Better Life («Краса для всіх») Фонду L'Oréal організовано безкоштовне навчання професії в косметичній сфері, яке ґрунтується на досвіді Групи в таких сферах, як перукарське мистецтво і макіяж. Програма спрямована на підтримку людей, які опинилися у важкій життєвій ситуації, особливо соціально та економічно незахищених жінок, які стали жертвами конфліктів або насильства, і молодих людей, які пішли з дому або покинули школу.

Програма Beauty For a Better Life, яка діє у 26 країнах, у партнерстві з місцевими громадськими організаціями

допомогла 18 443 особам ✓, що пройшли навчання у попередні чотири роки, в 2019 році знайти роботу.

Включення людей з інвалідністю в робоче середовище

Ще в 1990 році L'Oréal у тісній співпраці з місцевими і міжнародними експертами, в тому числі асоціаціями та громадськими організаціями, розробила глобальну політику залучення в трудове середовище людей з інвалідністю. З 2015 року Група є активним членом Глобальної мережі з підприємництва та інвалідності — відділення Міжнародної організації праці, яке займається проблемами інвалідності, і бере участь у поширенні передового досвіду в цій сфері.

У 2019 році газета Financial Times включила L'Oréal до списку 100 найкращих з 1000 європейських компаній, за підтримку компанією принципу інклюзивності.

Станом на 2019 рік в L'Oréal працювали 1 280 осіб ✓ з інвалідністю. Послами своїх брендів L'Oréal обрала параолімпійців — Théo Curin для презентації Biotherm, Grace Wembolua для Saint-Gervais-Mont-Blanc і Marie Bochet для L'Oréal Paris. Ці надзвичайні спортсмени, які вдаються до надскладних подорожей, є джерелом натхнення як для працівників компанії, так і для споживачів.

КЕНІЯ



КРАСА, ІНКЛЮЗИВНІСТЬ ТА ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ НАПРАВЛЕНА НА ПІДТРИМКУ АЛЬБІНІЗМУ В АФРИЦІ

У Кенії відсутність нормальної пігментації шкіри та волосся — альбінізм — може стати суттєвою перешкодою на шляху професійної інтеграції та чинником соціального відчуження. L'Oréal Kenya прагне сприяти інтеграції людей, які страждають альбінізмом, з тим щоб допомогти їм подолати соціальні та економічні перешкоди, з якими вони стикаються. Понад ста осіб вже дістали і прямо, і опосередковано підтримку з боку бізнесу, який долучився до розв'язання цієї проблеми у 2015 році через просвітницькі та наставницькі програми, що здійснюються зусиллями працівників компанії. У 2019 році працівники присвятили в цілому 104 години свого робочого часу, щоб взяти участь у цій роботі. Запропоновано багато ініціатив, таких як, наприклад, щорічне навчання студентів, які страждають альбінізмом, мета якого — допомогти їм підготуватися до адаптації у робочому середовищі та побудувати свою кар'єру. У Міжнародний день альбінізму проводяться також інформаційно-просвітницькі кампанії серед споживачів. ●

©© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Цей показник враховує працівників, які заохотили оприлюднити факт своєї інвалідності та/або яких відповідно до місцевого законодавства або загальноприйнятої практики офіційно визнали такими місцева влада або медзаклади.

Залучення постачальників до реалізації принципів сталого розвитку

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

ВИБІР



87% ✓

стратегічних постачальників* Групи пройшли оцінку і були відібрані з огляду на показники екологічного та соціального впливу. На них припадає 81% прямих закупівель (сировини, упаковки та підрядного виробництва).

САМОКОНТРОЛЬ



96% ✓

стратегічних постачальників* виконали процедуру самостійної оцінки своєї політики в питаннях сталого розвитку за підтримки L'Oréal.

До завершення 2020 року усі без винятку 100% наших стратегічних постачальників братимуть участь у нашій програмі сталого розвитку. Ми розробили двосторонній підхід: ми обираємо постачальників з огляду на їхні показники екологічного та соціального впливу та надаємо їм інструменти для навчання.

Оцінка постачальників за екологічними і соціальними показниками

Ми оцінюємо та обираємо своїх постачальників зважаючи на наявність п'яти основних складових: якості, політики КСВ, інноваційності, ланцюгу постачання товарів і послуг, а також конкурентоспроможності. Ці елементи формують загальні рамки, у яких проводиться оцінювання за всіма напрямками закупівель. На частку КСВ припадає до 20% загального балу, при цьому враховується ряд критеріїв, у тому числі:

- соціальні аудити — у 2019 році було проведено 1562 соціальних аудитів, внаслідок чого загальна кількість перевірок з 2006 року перевищила 12 400; процедура аудиту була розширена, і тепер в опитуванні враховано додаткові ризики для здоров'я, безпеки та довкілля, що відбиває посилення уваги до цього аспекту на виробничих об'єктах L'Oréal;
- оцінка діяльності компанії у сфері корпоративної соціальної відповідальності за критеріями рейтингу Ecovadis — у 2019 році було здійснене оцінювання 713 постачальників (або на 93 більше ніж у 2018 році) щодо запровадженої ними політики з соціальних, екологічних та етичних питань, а також щодо ініційованого ними проведення схожого оцінювання серед їхніх власних постачальників. Серед оцінених Групою постачальників 179 належать до категорії стратегічних, становлячи 96% усіх стратегічних постачальників Групи;
- здатність запропонувати продукти і послуги з урахуванням принципів сталого розвитку, що містить у собі всі елементи, починаючи з екологічно чистої хімії та упаковки до POS-реклами;
- оцінка за рейтингами CDP;
- впровадження у свою операційну діяльність програм, подібних до програми відповідальних закупівель Solidarity Sourcing.

Допомога постачальникам у розробці їхньої екологічної стратегії

L'Oréal надає своїм постачальникам можливості навчання без відриву від виробництва, щоб допомогти їм оптимізувати свою соціальну й екологічну політику.

Враховуючи, що приблизно 28% вуглецевого сліду Групи зумовлені діяльністю її постачальників, L'Oréal з 2009 року заохочує постачальників працювати із CDP у рамках Програми ланцюгу постачання CDP (CDP Supply Chain). Таким шляхом постачальникам рекомендується розробляти цілі зі скорочення викидів вуглецю і повідомляти про ціліві показники на 2020 рік (див. стор. 14). У 2019 році схожу ініціативу запровадили у себе 479 постачальників L'Oréal (проти 437 у 2018 році), на яких припадає 85% від загального обсягу прямих закупівель Групи.

L'Oréal також закликала своїх постачальників долучитися до проекту CDP із розкриття інформації про водні ресурси, розпочато у 2013 році. У 2019 році в ньому взяли участь 94 постачальника Групи (див. стор. 15). Крім того, у 2019 році 30 постачальників паперу, пальмової олії та сої взяли участь у другому етапі Проекту з розкриття інформації про лісові ресурси CDP (див. стор. 12).

Завдяки цим зусиллям L'Oréal була відзначена найвищою оцінкою «Три А» у рейтингу CDP за результати роботи серед постачальників, які впровадили принципи сталого розвитку у свою повсякденну практику.

АЗІЙСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКИЙ РЕГІОН ТА ПІВНІЧНА І ПІВДЕННА АМЕРИКИ

ЗАЛУЧЕННЯ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ L'ORÉAL ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМИ ВУГЛЕЦЕВИХ ВИКИДІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ТРЕНІНГІВ

У 2019 році Група L'Oréal влаштувала два заходи під назвою Spread the Green Vibes в азієцькому та американському регіонах, щоб зібрати разом постачальників і представників команди L'Oréal навколо теми сталого розвитку, зокрема, скорочення викидів CO₂. В Азії L'Oréal вперше поділилася з 50 ключовими постачальниками інформацією про цілі та хід реалізації програми «Ділитися красою з усіма» у частині скорочення викидів вуглекислого газу, а також про амбітні цілі компанії на період до 2030 року. Влаштування семінарів за такими різноманітними темами, як екологічні джерела забезпечення сировиною, скорочення викидів CO₂, зменшення відходів і споживання водних ресурсів, дозволили учасникам розглянути і краще дізнатись про приклади застосування належної практики у цих напрямках. В Америці учасниками семінарів стали 88 постачальників з різних галузей, які розповіли про власні здобутки зі скорочення викидів і позитивний вплив на життя місцевих громад, а також цілі та плани конкретних дій з переходу до низьковуглецевої економіки. ●

©© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Стратегічними названі постачальники, що створюють значну для Групи додану вартість, і сприяють L'Oréal у досягненні стратегічних цілей завдяки вагомій участі, інноваційним рішенням, загальним цілям і географічному представництву.

Турбота про персонал — точка відліку у сталому розвитку Групи

МОНІТОРИНГ ЦІЛЮВИХ ПОКАЗНИКІВ 2020 РОКУ

МЕДИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ*



94%** ✓

постійних співробітників Групи користуються перевагами медичної страховки відповідно до найвищих стандартів у країні перебування.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ*



91%** ✓

постійних співробітників Групи користуються перевагами фінансового забезпечення відповідно до найвищого стандарту на ринку цих послуг у разі втрати працездатності внаслідок нещасного випадку, зокрема і з фатальним результатом або інвалідністю.

НАВЧАННЯ***



96% ✓

постійних співробітників Групи скористалися можливістю пройти навчання як мінімум за однією з програм у 2019 році.

Метою L'Oréal є надання всім своїм працівникам у будь-якому куточку світу доступу до медичного страхування, фінансового забезпечення і навчання. Працівники компанії також користуються перевагами сприятливого робочого середовища в офісах, які мають покращені характеристики впливу на довкілля та суспільне середовище.

Програма Share & Care Групи L'Oréal: каталізатор суспільного прогресу

Започаткована у 2013 році програма L'Oréal Share & Care була реалізована з амбітною метою закласти основу соціального захисту у всіх країнах, де Група має дочірні підприємства, щоб забезпечити для L'Oréal можливість стати однією з найефективніших компаній у кожному з регіонів присутності за всіма чотирма напрямками програми:

- Піклування: охорона здоров'я з медичною страховкою і доступом до якісних медичних послуг для співробітників і їхніх родин;
- Захист: схема соціального захисту, яка створює можливість фінансової підтримки у разі виникнення непередбачених несприятливих життєвих обставин;
- Баланс: батьківство в умовах, які дозволяють відчувати повною мірою радість материнства і батьківства, продовжуючи при цьому професійну кар'єру;
- Задоволення: якість життя в робочому просторі.

У 2019 році тривала друга фаза просування програми до нових глобальних цілей 2020 року, розпочатої у 2017 році, серед яких — 100% компенсація не менш ніж десяти днів відпустки для татусів. До завершення 2019 року всі дочірні підприємства Групи запровадили у себе цю норму, а в певних країнах навіть пішли далі: приміром, Франція та Великобританія наважились на шеститижневу, а Сполучені Штати — на восьмитижневу відпустку для татусів, внаслідок чого дістали у 2019 році визнання у рейтингу «Кращих місць роботи для татусів».

Пріоритет за навчанням і професійним розвитком

Для L'Oréal допомога в професійному розвитку кожного співробітника є запорукою досягнення високих результатів компанії та водночас питанням корпоративної відповідальності. Група взяла на себе зобов'язання до 2020 року забезпечити як мінімум по одній навчальній сесії на рік для 100% співробітників компанії. У 2019 році їх частка зросла до 96% ✓.

Навчальна онлайн-платформа My Learning є важелем для

прискорення цієї мети. Доступна на 27 мовах в 2019 році платформа стала у пригоді понад 52 000 особам, які являють собою аудиторію, що найчастіше використовувала цей ресурс. З 2017 року працівники можуть скористатися масовими відкритими дистанційними курсами (MOOC), які запропоновані більше як 150 університетами з усього світу.

Загалом, за цей період було зареєстровано 4100 заявок на навчання. Загальна тривалість проведеного навчання склала 26 800 годин, за виняткового рівня атестації учасників, які довели засвоєння набутих знань — 28%. Ініціативою Групи «Цифрове підвищення кваліфікації», яка є ключовим напрямком її цифрової стратегії, спрямованої на розвиток цифрових компетенцій, потрібних для забезпечення конкурентоспроможності завтрашнього дня, з 2015 року охоплено понад 33 000 працівників.

Формування у персоналу відчуття причетності

З 2009 року L'Oréal об'єднує членів своєї професійної команди у межах заходів Дня соціальної відповідальності – Citizen Day. До святкування десятиї річниці проведення цього заходу, яка відзначалась у 2019 році, долучились 27 500 учасників у 61 країні, які присвятили волонтерській роботі в цей день 156 200 годин свого часу, допомігши 969 організаціям. За екологічним напрямком L'Oréal продовжує реалізацію програми Working Sustainably («Екологічне робоче середовище»), яка спрямована на зниження впливу на довкілля внаслідок роботи адміністративних об'єктів і дослідних центрів, а також на заохочення до екологічно відповідальної поведінки співробітників на робочому місці. У листопаді 2019 року 52 підприємства L'Oréal взяли участь у корпоративному Тижні сталого розвитку (Sustainability Week), який був присвячений темі зменшення кількості відходів.

ПОРТУГАЛІЯ

SHARE & CARE: ЗДОРОВ'Я ТА КОМФОРТ НА РОБОЧОМУ МІСЦІ

Завдяки програмі Share & Care у 2019 році L'Oréal Португалія запровадила низку заходів, щоб домогтися створення належних умов на робочому місці для збереження здоров'я працівників та відчуття комфорту. Всім працівникам був наданий доступ до програми медичних онлайн-консультацій, щоб кожний з них в будь-який час і у будь-якому місці міг дістати пораду стосовно здоров'я. Безкоштовні консультації щодо догляду за шкірою надавались у магазинах, лікарі та дієтологи пропонували свої послуги на підприємствах компанії L'Oréal Portugal. Для поліпшення самопочуття на робочому місці раз на два тижні пропонувались вправи на підтримку психічного та розумового стану. Зрештою, L'Oréal Португалія підтримала запровадження в практику гнучкого графіку, тобто можливості працювати віддалено кілька днів на місяць. Ці ініціативи вдало доповнили чинну практику піклування про працівників та сприяння реалізації їхніх життєвих планів. ●

©© На стор. 6 наведено більше інформації щодо аудиту цих показників.

* Показник розраховується на основі загальної чисельності робочої сили Групи, за винятком філій у Венесуелі та деяких нещодавніх придбань або нових дочірніх компаній (Кот-д'Івуар, Бангладеш, Modiface).

** Охоплює 100% співробітників за програмою L'Oréal Share & Care.

*** Розрахунок показника ґрунтується на загальному ефективному показнику, за винятком філій у Венесуелі та нещодавніх придбань (Кот-д'Івуар, Бангладеш, Modiface Logocos та Retail Excellence 4).

Проект Carbon Balanced: на шляху до низьковуглецевої моделі бізнесу

Усвідомлюючи загрозу катастрофічних змін клімату, Група L'Oréal взяла на себе зобов'язання оптимізувати в період до завершення 2020 року залишкові викиди CO₂ (за першою та другою групою викидів, а також ті, що пов'язані з готовою продукцією та її транспортуванням до кінцевого споживача), домігшись статусу «Вуглецево збалансованої» компанії. Це амбітне прагнення сприятиме впровадженню низьковуглецевої стратегії L'Oréal, яка передбачає подвійний підхід до зменшення вуглецевого сліду Групи, а саме: зниження обсягу викидів, пов'язаних з виробництвом та логістикою, з одночасним збалансуванням залишкової емісії.

Прямуючи до мети і прагнучи об'єктивно оцінити цю ініціативу, L'Oréal за підтримки комітету незалежних експертів — фахівців з проблеми вуглецевих викидів — розробила Концепцію програми збалансування вуглецевих викидів (Carbon Balanced Program

Framework), яка становить собою методологічний підхід до формулювання, розробки та моніторингу проєктів у цій галузі. Цей документ надається всім постачальникам Групи, розробникам проєктів та відповідним установам, що здійснюють верифікацію. Проєкти, які здійснюються та оцінюються Групою, побудовані навколо трьох головних напрямків і ґрунтуються на методиках, обумовлених Кіотським протоколом і міжнародними стандартами — підвищення енергоефективності, просування продуктивних низьковуглецевих методів ведення сільськогосподарського виробництва та розвиток програм у галузі лісного господарства та агролісівництва.

Наприклад, з 2016 року компанія L'Oréal підтримує ініціативи соціального підприємства Nafa Naana, завдяки яким понад 5000 жінок, які збирають горіхи ши в південно-західному регіоні Буркіна-Фасо, отримали більш

досконале кухонне обладнання. Це допомагає долати т.зв. «паливний голод», внаслідок якого відбувається зниження добробуту домогосподарств та знелісення. У 2019 році завдяки проєкту вдалося запобігти викиду еквіваленту CO₂ обсягом понад 10 500 тонн та заготівлі 5000 тонн деревини з лісових насаджень.

Також, у 2019 році компанія L'Oréal, взявши участь у Value Chain Intervention Consortium, організованому Gold Standard, залучила незалежних експертів до обміну думками з питань запровадження механізму компенсацій за скорочення вуглецевих викидів в межах виробничо-збутового ланцюга і методології обліку зменшення вуглецевих викидів за третьою групою. Завдяки восьми проєктам в галузі енергетики та лісівництва, впровадженим у період з 2015 року, вдалося запобігти емісії до 116 720 тонн еквіваленту CO₂.

Бразилія: L'Oréal — важливий гравець у запровадженні принципів сталого розвитку

Вже третій рік поспіль L'Oréal Brazil отримує подвійну нагороду від Guia Exame de Sustentabilidade, яка є авторитетною відзнакою серед прибічників сталого розвитку у Бразилії. L'Oréal Brazil визнана однією з найвідповідальніших в Бразилії у категорії «Споживчі товари», а також «Кращою компанією з управління біорозмаїттям та його збереження». Компанія також дістала Екологічну премію Firjan* як за видатні досягнення в боротьбі зі зміною клімату, так і за все, що вона робить для збереження водних ресурсів. «Фільтрувальний сад» — одна з флагманських

ініціатив L'Oréal в Бразилії. Цей сад відновлює і у природний спосіб очищує дощову і вживану воду з лабораторій і вбиралень, щоб її можна було використовувати знову. В інших місцях всі підприємства L'Oréal Brazil споживають енергію, 100% якої надходить з відновлюваних джерел, що, приміром у 2019 році, дозволило запобігти викиду в атмосферу 2000 тонн CO₂. Для прикладу варто зауважити про 2400 м² встановлених компанією сонячних батарей. Викиди CO₂, пов'язані з транспортом, також скоротилися на 23% в період з 2011 по 2019 роки.**



* Об'єднання промислових підприємств штату Ріо-де-Жанейро

** У грамах CO₂ на одиницю товару на км.

Звітність: визнані досягнення

Щороку ми виносимо на розгляд громадськості цілком прозорі дані про стратегію корпоративної соціальної й екологічної відповідальності, виклики і результати чергового року роботи, представлені в трьох звітних документах: у Глобальному реєстраційному свідоцтві, у Щорічній доповіді L'Oréal до Глобального договору Організації Об'єднаних Націй (UN Global Compact) і у Звіті про результати виконання програми «Ділитися красою з усіма» (Sharing Beauty With All). У 2019 році більше, ніж будь-коли, ефективність стратегії корпоративної відповідальності L'Oréal і її звітність, побудована на вірогідних і надійних показниках, засвідчених незалежними аудиторами, дозволили Групі дістати визнання від найбільш вимогливих світових організацій у галузі оцінки.



У 2019 році L'Oréal вчетверте була відмічена вищою оцінкою «Три А» у всіх трьох рейтингах, які проводить CDP, за те, що компанія робить задля захисту клімату, стійкого управління водними ресурсами та боротьби з вирубкою лісів. L'Oréal — єдина компанія у світі, яка отримувала визнання за видатні результати чотири роки поспіль. CDP є незалежною міжнародною організацією, яка оцінює екологічні показники роботи компаній.



Вже восьмий рік поспіль рейтингове агентство ISS-Oekom наділяє L'Oréal статусом Prime, яким вшановуються найкращі компанії в галузі захисту довкілля, соціальної відповідальності та корпоративного управління.



У грудні 2019 року рейтингове агентство Vigeo Eiris вкотре включило L'Oréal у численні індекси Euronext Vigeo Eiris.



У грудні 2019 року L'Oréal була включена до обох Індексів сталого розвитку Ethibel: Excellence Europe та Excellence Global.



Інститут Ethisphere, глобальний лідер у формулюванні й поширенні стандартів ділової етики, вдєсяте оцінив L'Oréal як одну з «Найбільш етичних компаній у світі».



Цей індекс етичної репутації присудив L'Oréal 1-е місце у світі. Цей рейтинг включає 581 найбільшу світову компанію та оцінює екологічні, соціальні показники, стан корпоративного управління і повагу до прав людини.



L'Oréal підтримує Глобальний договір ООН, а в 2015 році приєдналася до Програми LEAD, яка поєднує компанії, найбільш віддані принципам сталого розвитку.



У 2019 році компанія L'Oréal отримала рейтинг AAA (за шкалою від AAA до CCC) в рейтингу індексів MSCI в галузі ESG, управління і прав людини.*

Підготовлено до друку і видано Департаментом корпоративної соціальної відповідальності L'Oréal.

Photo credits: © Paolo Verzone / Agence Vu / L'Oréal (обкладинка) © Thomas Lainé / L'Oréal (стор.4) © Paolo Verzone / Agence Vu / L'Oréal (стор.8) © Garnier / L'Oréal (стор.9) © Paco Santamaría / L'Oréal (стор.13) © L'Oréal / DR (стор.14) © Cyril Abad / CAPA Pictures (стор.16) © ROSSandHELEN photographers (стор.17) © Kiehl's/L'Oréal © Andreas van Bergerem / L'Oréal R&I (стор.20) © ASK/ L'Oréal (стор.21) © Samuel Allard / L'Oréal (стор.24) © X.

Загальнодоступний варіант документу: [ipedit](#)

Папір Olin, на якому надрукований Звіт про результати за 2019 рік, на 100% придатний для вторинної переробки і сертифікований FSC®. (Forest Stewardship Council).

* Використання L'Oréal даних MSCI ESG Research LLC або її філій ("MSCI"), а також використання логотипів, торгових марок, знаків обслуговування або індексів MSCI в даному документі не є спонсорством, схваленням, рекомендацією або просуванням L'Oréal з боку MSCI. Послуги та дані MSCI є власністю MSCI або постачальників інформації для неї і надаються «як є», без жодних гарантій. Назви та логотипи MSCI є торговими марками або знаками обслуговування MSCI.

L'ORÉAL

Зареєстрована у Франції
як акціонерне товариство
зі статутним капіталом
111 855 722,20 євро
632 012 100 R.C.S. Париж

Головний офіс:
вул. Мартре, 41
92117 Кліши Седекс
Франція
Тел: +33 (0)1 47 56 70 00

Зареєстрований офіс:
вул. Рояль, 14
75008 Париж
Франція