

Planet Aware seal – Criteria and principles

Brands are eligible for the Planet Aware seal if they meet a certain set of criteria in all 4 pillars.

MUST HAVE CRITERIA: are table stakes requirements today. Brands must meet ALL to qualify.

ADDITIONAL CRITERIA: are feasible today but are practices demonstrating a higher level of brand engagement. Brands must meet A CERTAIN NUMBER to qualify.

1. SUSTAINABLE INGREDIENT SOURCING & FORMULA

Brands must meet ALL of the must-have criteria across the below sub-topics

MUST HAVE CRITERIA	Sub-topic	Products concerned	Criteria	
	Limit formula life cycle impacts	All		Disclose full list of ingredients and do not include intentionally added microplastics and microbeads (less than 5mm), and ingredients classified as highly impactful to the environment (e.g. cyclic silicones, phthalates, chemical UV filters - please see full list on the banned ingredients list tab).
	Source ingredient sustainably	Products using palm oil		100% of palm oil and palm kernel oil certified by the Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) segregated mandatory
		Products using palm oil		At least 30% of derivatives of palm oil and palm kernel oil certified RSPO mass balance mandatory
		Products using mica		Trace origins of mica used in formulas and source only through fully vetted suppliers, avoiding child and forced labor
		Products using mica		Encourage brands and their suppliers to become members of the Responsible MICA Initiative (if not already members and using Mica in formulas)
	Respect of biodiversity and animal welfare	All		Finished products of the brand are not tested on animals in any part of the world by the brand (aligned with EU regulatory requirements).
		All		Any plant based or animal based ingredients are not sourced from protected species governed by Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES). Additionally the brand respects Nagoya protocol relative to protection of traditional genetic resources.

Brands must meet at least 2 of the following additional criteria. Brands with

IA	Sub-topic	Products concerned	Criteria	
	Limit formula	All		For 40% of ingredient portfolio by mass (excluding water): have conducted an assessment to identify environmental impacts using recognized methodologies (LCA (ISO 14040), PEF) and multiple impact criteria (climate, land, biodiversity, water).
		All		30% of ingredients by mass of the four most common ingredient families used in beauty products (alcohol, silicones, natural oils and their derivatives, minerals) comes from sustainable alternatives already available, including from upcycling and lower-impact bio-tech.

1. OBTENCIÓN Y FÓRMULA DE INGREDIENTES SOSTENIBLES

Las marcas deben cumplir TODOS los criterios imprescindibles en los subtemas siguientes

CRITERIOS	Subtema	Productos considerados	Criteria	
	Limitar los impactos del ciclo de vida de la fórmula	Todos		Divulgue la lista completa de ingredientes y no incluya microplásticos ni microperlas agregados intencionalmente (menos de 5 mm) ni ingredientes clasificados como altamente impactantes para el medio ambiente (por ejemplo, siliconas cíclicas, ftalatos, filtros UV químicos; consulte la lista completa en la pestaña de lista de ingredientes prohibidos).
	Ingrediente de origen sostenible	Productos que utilizan aceite de palma		100% del aceite de palma y aceite de palmiste certificado por la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO) segregado obligatorio
		Productos que utilizan aceite de palma		Al menos el 30% de los derivados del aceite de palma y del aceite de palmiste están certificados por balance de masa RSPO obligatorio
		Productos que utilizan mica		Rastree los orígenes de la mica utilizada en las fórmulas y obtenga únicamente a través de proveedores completamente investigados, evitando el trabajo infantil y forzado.
Productos que utilizan mica			Alentar a las marcas y sus proveedores a convertirse en miembros de la Iniciativa MICA Responsable (si aún no son miembros y utilizan Mica en fórmulas)	
Respeto de la biodiversidad y el bienestar animal	Todos		Los productos terminados de la marca no son probados en animales en ninguna parte del mundo (en cumplimiento de los requisitos regulatorios de la UE).	
	Todos		Cualquier ingrediente de origen vegetal o animal no proviene de especies protegidas regidas por la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES). Además, la marca respeta el protocolo de Nagoya relativo a la protección de los recursos genéticos tradicionales.	

Las marcas deben cumplir al menos 2 de los siguientes criterios adicionales. Las

LES	Subtema	Productos considerados	Criteria	
	Limitar los impactos del	Todos		Para el 40 % de la cartera de ingredientes en masa (excluida el agua): hemos realizado una evaluación para identificar los impactos ambientales utilizando metodologías reconocidas (LCA (ISO 14040), PEF) y múltiples criterios de impacto (clima, tierra, biodiversidad, agua).
		Todos		El 30% de los ingredientes en masa de las cuatro familias de ingredientes más comunes utilizadas en productos de belleza (alcohol, siliconas, aceites naturales y sus derivados, minerales) proviene de alternativas sostenibles ya disponibles, incluido el reciclaje y la biotecnología de menor impacto.

ADDITIONAL CRITERIA

life-cycle impacts	All	Apply at least 6 out of 12 green chemistry principles in formulation (at the brand level will suffice).
	Rinse-off products	80% of total rinse-off products sold (by sales) are designed with biodegradable and non-ecotoxic ingredients.
	Rinse-off products	Have developed and selling at Sephora at least one no-rinse off product as an alternative to products traditionally using rinse-off, that is 30% or more of total brand sales annually
	Rinse-off products	Have developed and selling at Sephora at least one waterless formula as an alternative to product using a lot of water
Source ingredients sustainably	All	Have at least select key ingredients that are of certified sustainable origin.
	All	Have conducted a commodity risk assessment to identify most sensitive commodities/ supply chains
	Products using natural ingredients coming from forests	Have a policy for 100% of natural ingredients to be deforestation-free (e.g. palm, cocoa, soy, viscose)
	All	Trace 70% of total mass of ingredients used in all formulations to country of origin

CRITERIOS ADICIONALES

ciclo de vida de la fórmula	Todos	Aplicar al menos 6 de 12 principios de química verde en la formulación (a nivel de marca será suficiente).
	Productos que se aclaran	El 80% del total de productos con enjuague vendidos (por ventas) están diseñados con ingredientes biodegradables y no ecotóxicos.
	Productos que se aclaran	Haber desarrollado y vendido en Sephora al menos un producto sin enjuague como alternativa a los productos que tradicionalmente usan enjuague, es decir, el 30% o más de las ventas totales de la marca anualmente.
Obtener ingredientes de forma sostenible	Productos que se aclaran	Haber desarrollado y vendido en Sephora al menos una fórmula sin agua como alternativa al producto que utiliza mucha agua.
	Todos	Tener al menos ingredientes clave seleccionados que sean de origen sostenible certificado.
	Todos	Haber realizado una evaluación de riesgos de productos básicos para identificar los productos básicos/cadenas de suministro más sensibles.
	Obtener ingredientes de forma sostenible	Tener una política para que el 100% de los ingredientes naturales estén libres de deforestación (por ejemplo, palma, cacao, soja, viscosa).
Todos	Rastrear el 70 % de la masa total de ingredientes utilizados en todas las formulaciones hasta el país de origen.	

2. SUSTAINABLE PACKAGING

2. EMBALAJE SOSTENIBLE

Brands must meet ALL of the must-have criteria across the below sub-topics

Las marcas deben cumplir TODOS los criterios imprescindibles en los subtemas siguientes

Sub-topic	Products concerned	Criteria
Reduce packaging	Products launched before 2024 (or date of joining the program)	Brand-level internal reduction targets across portfolio based on SKUs and/or sales volume. This could include defined actions to reduce packaging (e.g. formula compression, light weighting, packaging material selection, design optimization, etc.)
	Products launched starting 2024 (or date of joining the program)	100% of SKUs: No single-use items in salable products, or non-salable marketing and PR outreach (excluding samples) 90% of individual product SKUs: Eliminate all unnecessary material, optimizing weight and volume. If secondary packaging is used, its size must be minimized according to the criteria ratio. Integrate sustainability best practices for gift kits and sets from the Sephora Sustainability Kit Guide.
Drive circular models	Products launched before 2024	50% of product packaging is recyclable, refillable and/or compostable (25% for makeup brands) 100% of skus: set an ambition to achieve 100% circularity (recyclable, refillable or compostable product packaging)
	Products launched starting 2024	75% of product packaging designed for circularity i.e. recyclability, refillability/reusable and/or compostability (50% for makeup brands)
		Plastic parts of packaging use at least 30% of PCR content or other sustainably sourced and recyclable biomaterial (2nd/3rd generation)
		100% of paperboard is either made of recycled cardboard or 3rd party verified for sustainably managed forests (FSC-certified or PEFC)

Subtema	Productos considerados	Criterios
Reducir el embalaje	Productos lanzados antes de 2024 (o fecha de incorporación al programa)	Objetivos de reducción interna a nivel de marca en toda la cartera en función de los SKU y/o el volumen de ventas. Esto podría incluir acciones definidas para reducir el embalaje (por ejemplo, compresión de la fórmula, peso ligero, selección del material del embalaje, optimización del diseño, etc.)
	Productos lanzados a partir de 2024 (o fecha de incorporación al programa)	100% de los SKU: no se permiten artículos de un solo uso en productos vendibles o de marketing y relaciones públicas no vendibles (excluyendo muestras) 90% de las referencias individuales de los productos: Elimina todo el material innecesario, optimizando peso y volumen. Si se utiliza embalaje secundario, se debe minimizar su tamaño según la relación de criterios. Integran las mejores prácticas de sostenibilidad para kits y conjuntos de regalo de la Guía de kits de sostenibilidad de Sephora.
Conducir modelos circulares	Productos lanzados antes de 2024	El 50% del embalaje de los productos es reciclable, rellenable y/o compostable (25% para las marcas de maquillaje) 100% de artículos: establecer la ambición de lograr el 100% de circularidad (envases de productos reciclables, rellenables o compostables)
	Productos lanzados antes de 2024	75% de los envases de productos diseñados para la circularidad, es decir, reciclabilidad, recargabilidad/reutilización y/o compostabilidad (50% para marcas de maquillaje)
		Las piezas de plástico de los envases utilizan al menos un 30 % de contenido de PCR u otro biomaterial reciclable y de origen sostenible (segunda/tercera generación) El 100% del cartón está hecho de cartón reciclado o verificado por terceros para bosques gestionados de forma sostenible (certificado FSC o PEFC).

MUST HAVE CRITERIA

CRITERIOS

Use more sustainable packaging materials:	All	100% of inks used are vegetable, water or UV based (non-petroleum derived and no VOCs) and long term are committed to EUPia ink requirements
		Ban materials that are toxic to eco-systems in packaging design

Usar materiales de embalaje más sostenibles: <i>Eliminar</i>	Todos	El 100 % de las tintas utilizadas son vegetales, acuosas o UV (no derivadas del petróleo ni COV) y están comprometidas a largo plazo con los requisitos de tinta EUPia.
		Prohibir materiales que sean tóxicos para los ecosistemas en el diseño de envases

Brands must meet at least 4 of the following additional criteria for all products, covering at least two different sub-topics below (excl. sampling and promotional

Las marcas deben cumplir al menos 4 de los siguientes criterios adicionales para todos los productos, cubriendo al menos dos subtemas diferentes a continuación

ADDITIONAL CRITERIA	Sub-topic	Products concerned	Criteria
		Reduce packaging	All
	Drive circular models	All products launched before 2024	75% of product packaging designed for circularity i.e. recyclability, refillability and/or compostability (50% for makeup brands)
		All products launched starting 2024	100% of product packaging designed for circularity i.e. recyclability, refillability and/or compostability (75% for makeup brands)
		All	Have established policy or roadmap to eliminate by 2030 non-curb-side recyclable materials in packaging design
	Use more sustainable materials: <i>Further maximize recycled content across packaging materials</i>	All	Overall all primary (and secondary if used) packaging uses at least 30% of Post-Consumer Recycled (PCR) or upcycled material Aluminum packaging is made at least 50% of Post-Consumer Recycled (PCR) Plastic packaging is made at least 50% of Post-Consumer Recycled (PCR) or other sustainably sourced biomaterial (2nd/3rd generation) Glass packaging is made at least 20% recycled (PCR)
	Use more sustainable packaging materials: <i>Eliminate plastic</i>	All	Fully plastic-free packaging, if replaced by more a proven lower-impact alternatives (for example, aluminum or glass produced with low carbon energy, paperboard)
	Other packaging types: <i>Reduce unnecessary material and packaging mass, use sustainable materials, drive innovation</i>	Samples	Integrate sustainability best practices in sampling strategy

CRITERIOS ADICIONALES	Subtema	Productos considerados	Criterio
		Reducir el embalaje	Todos
	Conducir modelos circulares	Todos los productos lanzados antes de 2024	75% de los envases de productos diseñados para la circularidad, es decir, reciclabilidad, recargabilidad y/o compostabilidad (50% para marcas de maquillaje)
		Todos los productos lanzados a partir de 2024	100% del embalaje del producto diseñado para la circularidad, es decir, reciclabilidad, recargabilidad y/o compostabilidad (75% para marcas de maquillaje)
		Todos	Han establecido una política u hoja de ruta para eliminar para 2030 los materiales reciclables en el diseño de envases.
	Usar materiales más sostenibles: <i>Maximizar aún más el contenido reciclado en todos los materiales de embalaje</i>	Todos	En general, todos los envases primarios (y secundarios, si se utilizan) utilizan al menos un 30 % de material reciclado posconsumo (PCR) o reciclado. Los envases de aluminio se fabrican al menos en un 50 % con material reciclado posconsumo (PCR) Los envases de plástico están fabricados al menos en un 50 % con material reciclado posconsumo (PCR) u otro biomaterial de origen sostenible (segunda/tercera generación). Los envases de vidrio se fabrican con al menos un 20% de reciclado (PCR)
	Usar materiales de embalaje más sostenibles: <i>Eliminar el plástico</i>	Todos	Envases totalmente libres de plástico, si se reemplazan por alternativas más comprobadas de menor impacto (por ejemplo, aluminio o vidrio producido con energía baja en carbono, cartón)
	Otros tipos de embalaje: <i>Reducir el material innecesario y la masa de embalaje, utilizar materiales sostenibles, impulsar la innovación.</i>	Muestras	Integrar las mejores prácticas de sostenibilidad en la estrategia de muestreo

3. CORPORATE COMMITMENTS & PRACTICES

Brands must meet ALL of the must-have criteria across the below sub-topics

MUST HAVE CRITERIA	Sub-topic	Products/brands concerned	Criteria
	Measure and set targets:	Reduce Carbon Footprint	All
Assess and reduce corporate environmental impact:	Assess and reduce corporate environmental impact:	Large independent brands and all brands within large multi-brand parent companies	Have calculated Scope 3 emissions
		Large independent brands and all brands within large multi-brand parent companies	Set carbon reduction targets for at least Scopes 1 and 2 (with a planned date for Scope 3), verified by a third party.
Implement for positive impact:	Sustainable sourcing strategy	All	Sustainable sourcing strategy
		Large brands and brands within multi-brand parent companies where sourcing is managed at corporate level	Monitor top 10 (by expenditure) Tier 1 suppliers to ensure compliance with brand's sustainable sourcing policies.

Brands must meet at least 4 of the following additional criteria, of which at least 2 from the two "Assess and reduce environmental impact" sub-topics

Sub-topic	Products/brands concerned	Criteria
Measure and set targets:	All	Have set near-term SBTi targets for Scopes 1-3
Assess and reduce corporate environmental impact:	Large brands	Disclose through the Carbon Disclosure Project (CDP) and receive at least an A-rating
	All	Have a No Deforestation commitment / policy
	All	Have conducted a risk assessment of brand's impacts on nature/ biodiversity (including climate change but also land, water, ecosystems) to identify hotspots to tackle
	All	Have a strategy / action plan to reduce impacts and/or generate positive impacts beyond carbon (water use and pollution, land use and change, etc.)
Implement for positive impact:	All	Have a 3rd party certification related to carbon footprint and reduction (e.g. carbon neutral operations, carbon neutral shipping)
	All	Have put in place actions to drive measurable improvements in energy efficiency of operations
Assess and reduce	All	Have corporate office(s) and owned and leased operations powered by 100% renewable energy

3. COMPROMISOS Y PRÁCTICAS CORPORATIVAS

Las marcas deben cumplir TODOS los criterios imprescindibles en los subtemas siguientes

CRITERIOS	Subtema	Productos considerados	Criteria
	Medir y reducir la Huella de Carbono	Evaluar y reducir los impactos ambientales corporativos/impulsar el impacto positivo: medir, establecer objetivos y divulgar el progreso	Todos
Grandes marcas independientes y todas las marcas dentro de grandes matrices multimarca			Tener calculadas las emisiones de Alcance 3
Grandes marcas independientes y todas las marcas dentro de grandes matrices multimarca			Establecer objetivos de reducción de carbono para al menos los Alcances 1 y 2 (con una fecha prevista para el Alcance 3), verificados por un tercero.
Estrategia de abastecimiento sostenible	Estrategia de abastecimiento sostenible	Todos	Estrategia de abastecimiento sostenible
		Grandes marcas y marcas dentro de empresas matrices multimarca donde el abastecimiento se gestiona a nivel corporativo.	Supervisar los 10 principales proveedores de nivel 1 (por gasto) para garantizar el cumplimiento de las políticas de abastecimiento sostenible de la marca.

Las marcas deben cumplir al menos 4 de los siguientes criterios adicionales, de los cuales al menos 2 de los dos subtemas "Evaluar y reducir el impacto ambiental" a

Subtema	Productos considerados	Criteria
Medir y fijar objetivos:	Todos	Han establecido objetivos SBTi a corto plazo para los Alcances 1-3
	Grandes marcas	Divulgar a través del Carbon Disclosure Project (CDP) y recibir al menos una calificación A-
Evaluar y reducir los impactos ambientales corporativos/impulsar el impacto positivo: medir,	Todos	Tener un compromiso/política de No Deforestación
	Todos	Hemos realizado una evaluación de riesgos de los impactos de la marca en la naturaleza/biodiversidad (incluido el cambio climático pero también la tierra, el agua y los ecosistemas) para identificar los puntos críticos que abordar.
	Todos	Contar con una estrategia/plan de acción para reducir impactos y/o generar impactos positivos más allá del carbono (uso y contaminación del agua, uso y cambio de la
Implementar para lograr un impacto positivo:	Todos	Tener una certificación de terceros relacionada con la huella de carbono y su reducción (por ejemplo, operaciones neutrales en carbono, envíos neutrales en carbono)
	Todos	Haber implementado acciones para impulsar mejoras cuantificables en la eficiencia energética de las operaciones.
	Todos	Tener oficinas corporativas y operaciones propias y arrendadas alimentadas con energía 100% renovable

ADDITIONAL CRITERIA

Corporate environmental impacts/drive positive impact - implement actions and seek out certifications	All	Participate in collaborative initiative driving significant impact around decarbonization (e.g. RE100)
	Small brands	Manufacture 50%+ of SKUs locally
	All	Take action to protect biodiversity and/or restore and regenerate land used in the value chain at scale
	All	Have put in place actions to reduce water consumption
	All	Have a holistic environmental certification at corporate level or for all products in portfolio
	All	Ecodesign: Integrate environmental impact criteria in the product design process and ensure that all new products are ecodesigned (specific definition of ecodesign / improvement to be provided by brand)
Have sustainable practices and ways of working	All	Sourcing: Have a supplier standard or code of conduct including environmental and social/ethical impacts
	All	Sourcing: Map the supply chain to identify all Tier 1 suppliers
	All	Sourcing: Evaluate Tier 1 suppliers' sustainability performance with external party (e.g. EcoVadis)
	All	Sourcing: Conduct physical supplier audits using e.g. SAB8000 standard or the SEDEX (SMETA)
	All	Rethink packaging for logistics / e-commerce (e.g. reusable/ deposit shipping boxes)
	All	Join coalition aiming to identify packaging impact reduction, such as SPICE, Ellen MacArthur foundation
Financially support best practices for environmental protection and impact solutions	All	<p>Commit funds annually to invest in solutions to environmental best practices in supply chain and/or restore ecosystems through environmental giving</p> <p>Commit to giving at least 1% of brand profit per year to a credible long-term environmental giving program that is multi-year and ongoing (if brand is under 25M in annual revenue for Sephora sales, they must give a minimum of 25K per year). Donation amounts are based on profit for the prior year donated by end of the following year</p>

CRITERIOS ADICIONALES

Evaluar y reducir los impactos ambientales/corporativos/impulsar el impacto positivo: implementar acciones y buscar certificaciones	Todos	Participar en iniciativas colaborativas que impulsen un impacto significativo en torno a la descarbonización (por ejemplo, RE100)
	Small brands	Fabricar más del 50% de los SKU localmente
	Todos	Tomar medidas para proteger la biodiversidad y/o restaurar y regenerar la tierra utilizada en la cadena de valor a escala
	Todos	Han puesto en marcha acciones para reducir el consumo de agua.
	Todos	Contar con una certificación ambiental holística a nivel corporativo o para todos los productos del portfolio.
	Todos	Ecodiseño: integrar criterios de impacto ambiental en el proceso de diseño de productos y garantizar que todos los productos nuevos estén ecodiseñados (la definición específica de ecodiseño/mejora la proporcionará la marca)
Tener prácticas y formas de trabajo sostenibles	Todos	Abastecimiento: Tener un estándar o código de conducta para proveedores que incluya los impactos ambientales y sociales/éticos.
	Todos	Abastecimiento: mapee la cadena de suministro para identificar a todos los proveedores de nivel 1
	Todos	Abastecimiento: evaluar el desempeño de sostenibilidad de los proveedores de nivel 1 con un tercero externo (por ejemplo, EcoVadis)
	Todos	Abastecimiento: Realizar auditorías físicas de proveedores utilizando, por ejemplo, Estándar SAB8000 o SEDEX (SMETA)
	Todos	Repensar el embalaje para logística/comercio electrónico (por ejemplo, cajas de envío reutilizables/de depósito)
	Todos	Únase a una coalición cuyo objetivo es identificar la reducción del impacto de los envases, como SPICE y la fundación Ellen MacArthur.
Apoyar financieramente las mejores prácticas para la protección del medio ambiente y las soluciones de impacto	Todos	<p>Comprometer fondos anualmente para invertir en soluciones a las mejores prácticas ambientales en la cadena de suministro y/o restaurar ecosistemas a través de donaciones ambientales.</p> <p>Comprometerse a donar al menos el 1% de las ganancias de la marca por año a un programa de donaciones ambientales creíble a largo plazo que sea plurianual y continuo (si la marca tiene menos de 25 millones de ingresos anuales por ventas de Sephora, debe donar un mínimo de 25 mil por año). Las cantidades de las donaciones se basan en las ganancias del año anterior donadas al final del año siguiente</p>

4. CONSUMER INFORMATION & ENVIRONMENTAL LABELING

Brands must meet ALL of the must-have criteria across the below sub-topics

Sub-topic	Products concerned	Criteria
-----------	--------------------	----------

4. INFORMACION AL CONSUMIDOR Y ETIQUETADO AMBIENTAL

Las marcas deben cumplir TODOS los criterios imprescindibles en los subtemas

Subtema	Productos considerados	Criterios
---------	------------------------	-----------

MUST HAVE CRITERIA	Provide environmental information to consumers	All	Provide sustainability-related information to consumers on packaging (e.g. through QR code if needed) and online, including at least 2 of the following (brand should be working towards all): <ol style="list-style-type: none"> carbon emissions, information about traceability of ingredients, product environmental scoring (proprietary to the brand, based on criteria of the brand's choice), type of materials used in primary and secondary packaging, production location, % of sustainable material content (recycled, biobased in ingredients and packaging) environmental/social certifications Recycling instructions
	Educate consumers about sustainable behaviors	All	100% of SKUs: Provide clear instructions on recyclability on packaging (or at minimum online) i.e. how to properly dispose of packaging/product

CRITERIOS	Proporcionar información medioambiental a los consumidores	Todos	Proporcionar información relacionada con la sostenibilidad a los consumidores en el embalaje (por ejemplo, a través de un código QR si es necesario) y en línea, incluyendo al menos dos de los siguientes (la marca debe trabajar para lograrlos): <ol style="list-style-type: none"> emisiones de carbono, información sobre la trazabilidad de los ingredientes, puntuación medioambiental del producto (propiedad de la marca, basada en criterios de elección de la marca), tipo de materiales utilizados en el embalaje primario y secundario, lugar de producción, % de contenido de material sostenible (reciclado, de base biológica en ingredientes y envases) certificaciones ambientales/sociales Instrucciones de reciclaje
	Educar a los consumidores sobre comportamientos sostenibles	Todos	100% de los SKU: proporcione instrucciones claras sobre reciclabilidad en el embalaje (o como mínimo en línea), es decir, cómo desechar correctamente el embalaje/producto.

sub-topics below

ADDITIONAL CRITERIA	Sub-topic	Products concerned	Criteria
	Partner with or inform about external tools or resources	All	
Provide environmental information to consumers	Top SKUs		Provide sustainability-related information to consumers <u>on packaging</u> (e.g. through QR code if needed), including : carbon emissions, information about traceability of ingredients, product environmental scoring (proprietary to the brand, based on criteria of the brand's choice), type of materials used in primary and secondary packaging, production location, % of sustainable material content (recycled, biobased in ingredients and packaging, environmental/social certifications, INCI list of ingredients
Educate consumers about sustainable behaviors	All		Participate in sector-wide initiatives to provide standardized, comparable product environmental impact information (e.g. EcoBeautyScore)
	All		Raise awareness around use phase and end of life impacts and consumers' roles in reducing them

cualquiera de los subtemas siguientes

CRITERIOS ADICIONALES	Subtema	Productos considerados	Criteria
	Asociarse o informar sobre herramientas o recursos externos	Todos	
Facilitar información medioambiental a los consumidores	SKUs principales		Proporcionar información relacionada con la sostenibilidad a los consumidores en el embalaje (por ejemplo, a través de un código QR si es necesario), que incluya: emisiones de carbono, información sobre la trazabilidad de los ingredientes, puntuación medioambiental del producto (propiedad de la marca, basada en criterios elegidos por la marca), tipo de materiales utilizados en el embalaje primario y secundario, lugar de producción, % de contenido de material sostenible (reciclado, de base biológica en ingredientes y embalaje, certificaciones ambientales/sociales, lista INCI de inaredientes.
Educar a los consumidores sobre comportamientos sostenibles	Todos		Participar en iniciativas de todo el sector para proporcionar información estandarizada y comparable sobre el impacto ambiental de los productos (por ejemplo, EcoBeautyScore)
	Todos		Crear conciencia sobre los impactos de la fase de uso y el final de la vida y el papel de los consumidores en su reducción.

