

Sigla Planet Aware - Criterii și principii

Mărcile sunt eligibile pentru sigla Planet Aware dacă îndeplinesc **un anumit set de criterii în toți cei 4 piloni.**

CRITERIILE MUST HAVE: sunt în prezent cerințe de bază. **Mărcile trebuie să le îndeplinească PE TOATE pentru a fi eligibile.**

CRITERIILE SUPLIMENTARE: sunt fezabile în prezent, dar reprezintă practici care demonstrează un nivel mai ridicat de implicare a mărcii. **Mărcile trebuie să îndeplinească UN ANUMIT număr de criterii suplimentare pentru a fi eligibile.**

1. APROVIZIONAREA CU INGREDIENTE SUSTENABILE ȘI FORMULA SUSTENABILĂ

Mărcile trebuie să îndeplinească **TOATE** criteriile must-have din următoarele subdomenii

CRITERII MUST-HAVE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Limitarea impactului formulei asupra ciclului de viață	Toate	Furnizează lista completă a ingredientelor și nu include microplastice și microplastice mai mici de 5 mm adăugate în mod intenționat și ingrediente clasificate ca având un impact ridicat asupra mediului (de exemplu, siliconi ciclici, ftalați, filtre UV chimice - vă rugăm să consultați lista completă în fila cu lista ingredientelor interzise).
Aprovizionarea cu ingrediente sustenabile	Produse care conțin ulei de palmier	100% din uleiul de palmier și uleiul din sămburi de palmier certificate de RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) segregate obligatoriu
	Produse care conțin ulei de palmier	Cel puțin 30% din derivații de ulei de palmier și de ulei din sămburi de palmier certificați RSPO - bilanț masic obligatoriu
	Produse care conțin mică	Marca urmărește originile micii utilizate în formule și se aprovizionează numai de la furnizori verificați pe deplin, evitând exploatarea copiilor și munca forțată
	Produse care conțin mică	Încurajați mărcile și furnizorii acestora să devină membri ai Responsible MICA Initiative (dacă nu sunt deja membri și folosesc mică în formule)
Respectarea biodiversității și a bunăstării animalelor	Toate	Produsele finite ale mărcii nu sunt testate pe animale în nicio parte a lumii de către marcă (în conformitate cu cerințele de reglementare ale UE).
	Toate	Niciun ingredient pe bază de plante sau animale nu provine din specii protejate guvernate de Convenția privind comerțul internațional cu specii de faună și floră sălbatică pe cale de dispariție (CITES). În plus, marca respectă protocolul Nagoya cu privire la protecția resurselor genetice tradiționale.

Mărcile trebuie să îndeplinească cel puțin 2 dintre următoarele criterii suplimentare. Mărcile cu peste 50% din SKU-urile cu clătire trebuie să îndeplinească 2 criterii privind produsele cu clătire. Toate celelalte mărci pot îndeplini oricare 2 dintre criteriile suplimentare (mărcile mici cel puțin 1).

CRITERII SUPLIMENTARE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Limitarea impactului formulei asupra ciclului de viață	Toate	Pentru 40% din portofoliul de ingrediente în funcție de masă (cu excepția apei): s-a efectuat o evaluare pentru a identifica impactul asupra mediului utilizând metodologii recunoscute (LCA (ISO 14040), PEF) și criterii de impact multiple (climă, teren, biodiversitate, apă).
	Toate	30% din ingrediente în funcție de masă din cele mai comune patru familii de ingrediente utilizate în produsele de înfrumusețare (alcool, siliconi, uleiuri naturale și derivații acestora, minerale) provin din alternative sustenabile deja disponibile, inclusiv din reciclare și biotehnologie cu impact redus.
	Toate	Aplică cel puțin 6 din cele 12 principii ale chimiei ecologice în formulare (la nivel de marcă va fi suficient).
	Produse cu clătire	80% din totalul produselor cu clătire vândute (în funcție de vânzări) sunt concepute cu ingrediente biodegradabile și non-ecotoxice.
	Produse cu clătire	Marca a dezvoltat și vinde la Sephora cel puțin un produs fără clătire ca alternativă la produsele care utilizează în mod tradițional clătirea, care reprezintă 30% sau mai mult din vânzările totale anuale ale mărcii
	Produse cu clătire	Marca a dezvoltat și vinde la Sephora cel puțin o formulă fără apă ca alternativă la produsele care utilizează multă apă.
Aprovizionarea cu ingrediente sustenabile	Toate	Marca are cel puțin o selecție de ingrediente-cheie care sunt de origine durabilă certificată.
	Toate	Marca a efectuat o evaluare a riscurilor legate de mărfuri pentru a identifica cele mai sensibile materii prime/ lanțuri de aprovizionare.
	Produse care conțin ingrediente naturale cu proveniență din păduri	Are o politică prin care 100% din ingredientele naturale să fie obținute fără a recurge la deforestare (de exemplu, palmier, cacao, soia, viscoză).
	Toate	Identifică țara de origine pentru 70% din masa totală a ingredientelor utilizate în toate formulările.

2. AMBALAJE SUSTENABILE

Mărcile trebuie să îndeplinească TOATE criteriile must-have din următoarele subdomenii
CRITERII MUST-HAVE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Reducerea ambalajelor	Produse lansate înainte de 2024 (sau data aderării la program)	Există obiective de reducere internă la nivel de marcă în cadrul portofoliului, pe baza numărului de SKU-uri și/sau a volumului de vânzări. Ar putea include acțiuni definite pentru reducerea ambalajelor (de exemplu, comprimarea formulelor, reducerea greutateii, selectarea materialelor de ambalare, optimizarea designului etc.)
		100% din SKU-uri: Nu există articole de unică folosință în produsele vandabile sau în produsele de marketing și PR ne-vandabile (cu excepția eșantioanelor).
		90% din SKU-urile produselor individuale: Elimină toate materialele inutile, optimizând greutatea și volumul. În cazul în care se utilizează ambalaje secundare, dimensiunea acestora trebuie să fie redusă la minimum în conformitate cu raportul criteriilor.
		Integrează cele mai bune practici de sustenabilitate pentru seturile și trusele cadou din Ghidul Sephora Sustainability Kit.
Adoptarea unui model de economie circulară	Produse lansate înainte de 2024	50% din ambalajele produselor sunt reciclabile, refolosibile și/sau compostabile (25% pentru mărcile de machiaj)
		100% din SKU-uri: stabilirea unei ambiții de a atinge o circularitate de 100% (ambalaje de produse reciclabile, reîncărcabile sau compostabile)
	Produse lansate începând cu 2024	75% din ambalajele produselor sunt proiectate pentru circularitate, adică reciclabile, reîncărcabile/reutilizabile și/sau compostabile (50% pentru mărcile de machiaj).
		Părțile din plastic ale ambalajelor utilizează cel puțin 30% din conținut PCR (Post-Consumer Recycled) sau alt biomaterial provenit din surse sustenabile și reciclabil (a doua/a treia generație)
		100% din carton este fabricat fie din carton reciclat, fie din păduri gestionate de terți verificate din punct de vedere al sustenabilității (certIFICATE FSC sau PEFC)
Folosirea ambalajelor mai sustenabile: <i>Eliminarea ambalajelor cu impact asupra mediului și în special toxice</i>	Toate	100% din cernelurile utilizate sunt vegetale, pe bază de apă sau UV (nu sunt derivate din petrol și nu conțin COV) și, pe termen lung, se angajează să respecte cerințele EUPia privind cernelurile. Marca interzice materialele toxice pentru ecosisteme în proiectarea ambalajelor

Mărcile trebuie să îndeplinească cel puțin 4 dintre următoarele criterii suplimentare pentru toate produsele, acoperind cel puțin două subdomenii diferite de mai jos (de exemplu, eșantioane și seturi/cantități promoționale, cu excepția cazului în care se specifică)

CRITERII SUPLIMENTARE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Reducerea ambalajelor	Toate	100% din SKU-uri: fără ambalaj secundar
Adoptarea unui model de economie circulară	Toate produsele lansate înainte de 2024	75% din ambalajele produselor sunt proiectate pentru circularitate, adică reciclabile, reîncărcabile/reutilizabile și/sau compostabile (50% pentru mărcile de machiaj).
	Toate produsele lansate începând cu 2024	100% din ambalajele produselor sunt proiectate pentru circularitate, adică reciclabile, reîncărcabile/reutilizabile și/sau compostabile (75% pentru mărcile de machiaj).
	Toate	Există o politică sau un plan pentru a elimina, până în 2030, materialele care nu pot fi reciclate de persoanele fizice în proiectarea ambalajelor
Folosirea materialelor mai sustenabile: <i>Maximizarea în continuare a conținutului reciclat în toate materialele de ambalare</i>	Toate	În general, toate ambalajele primare (și secundare, dacă sunt utilizate) utilizează cel puțin 30% din materiale reciclate post-consum (PCR) sau refolosite
		Ambalajele din aluminiu sunt fabricate în proporție de cel puțin 50% din materiale reciclate post-consum (PCR)
		Ambalajele din plastic sunt fabricate în proporție de cel puțin 50% din material reciclat post-consum (PCR) sau din alte biomateriale obținute în mod sustenabil (a doua/ a treia generație)
		Ambalajele din sticlă sunt fabricate în proporție de cel puțin 20% din material reciclat post-consum (PCR)
Folosirea ambalajelor mai sustenabile: <i>Eliminarea plasticului</i>	Toate	Ambalaje complet lipsite de plastic, dacă sunt înlocuite cu alternative cu impact redus dovedite (de exemplu, aluminiu sau sticlă produse cu energie cu emisii reduse de carbon, carton)
Alte tipuri de ambalaje: Reducerea materialelor și masei ambalajelor inutile, utilizarea materialelor sustenabile, stimularea inovației	Eșantioane	Integrarea celor mai bune practici de sustenabilitate în strategia de eșantionare

3. ANGAJAMENTE ȘI PRACTICI CORPORATIVE

Mărcile trebuie să îndeplinească TOATE criteriile must-have din următoarele subdomenii
CRITERII MUST-HAVE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Măsurarea și reducerea amprentei de carbon Evaluarea și reducerea impactului corporativ asupra mediului/ promovarea unui impact pozitiv - măsurarea, stabilirea obiectivelor și comunicarea progresului	Toate	Au calculat emisiile Scop 1 și 2
	Mărci independente mari și toate mărcile din cadrul marilor companii-mamă multibrand	Au calculat emisiile Scop 3
	Mărci independente mari și toate mărcile din cadrul marilor companii-mamă multibrand	Au stabilit obiective de reducere a emisiilor de carbon pentru cel puțin Scop 1 și 2 (cu o dată planificată pentru Scop 3), verificate de un terț.
Strategie de aprovizionare sustenabilă	Toate	Marca are o strategie de aprovizionare sustenabilă
	Mărci mari și mărci din cadrul companiilor-mamă multibrand în care aprovizionarea este gestionată la nivel central	Monitorizează primii 10 furnizori de Scop 1 (în funcție de cheltuieli) pentru a asigura conformitatea cu politicile de aprovizionare sustenabilă ale mărcii.

Mărcile trebuie să îndeplinească cel puțin 4 dintre următoarele criterii suplimentare, dintre care cel puțin două din subdomeniile „Evaluarea și reducerea impactului asupra mediului” de mai jos
CRITERII SUPLIMENTARE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Măsurarea și stabilirea obiectivelor: Evaluarea și reducerea impactului corporativ asupra mediului / promovarea unui impact pozitiv - măsurarea, stabilirea obiectivelor și comunicarea progresului	Toate	A stabilit obiective SBTi pe termen scurt pentru Scopurile 1-3
	Mărcile mari	Comunică prin intermediul Carbon Disclosure Project (CDP) și primește rating minim A-
	Toate	Marca are un angajament / o politică împotriva deforestărilor
	Toate	A efectuat o evaluare a riscurilor privind impactul mărcii asupra naturii / biodiversității (inclusiv schimbările climatice, dar și terenurile, apa, ecosistemele) pentru a identifica punctele critice care trebuie abordate
	Toate	Are o strategie/un plan de acțiune pentru a reduce impactul și/sau a genera efecte pozitive dincolo de carbon (utilizarea și poluarea apei, utilizarea și schimbarea terenurilor etc.)
Punerea în aplicare pentru un impact pozitiv: Evaluarea și reducerea impactului corporativ asupra mediului / promovarea unui impact pozitiv - punerea în	Toate	Are o certificare de la un terț referitoare la amprenta de carbon și la reducerea acesteia (de exemplu, operațiuni neutre din punct de vedere al emisiilor de carbon, transport maritim neutru din punct de vedere al emisiilor de carbon)
	Toate	A pus în aplicare acțiuni pentru a determina îmbunătățiri măsurabile în ceea ce privește eficiența energetică a operațiilor

aplicare a acțiunilor și obținerea de certificări	Toate	Are birouri corporative și operațiuni proprii și închiriate alimentate cu energie 100% regenerabilă
	Toate	Participă la inițiative de colaborare care determină un impact semnificativ în ceea ce privește decarbonizarea (de exemplu, RE100)
	Mărcile mici	Produce 50%+ dintre SKU-uri la nivel local
	Toate	la măsuri pentru protejarea biodiversității și/sau refacerea și regenerarea terenurilor utilizate în lanțul de aprovizionare și distribuție la scară largă
	Toate	A pus în aplicare acțiuni pentru reducerea consumului de apă
	Toate	Are o certificare holistică de mediu la nivel corporativ sau pentru toate produsele din portofoliu
	Toate	Proiectare ecologică: Integrează criteriile privind impactul asupra mediului în procesul de proiectare a produselor și se asigură că toate produsele noi sunt proiectate ecologic (definiția specifică a proiectării ecologice/îmbunătățirii care urmează să fie furnizate de marcă)
Practici și moduri de lucru sustenabile	Toate	Aprovizionare: Are un standard sau un cod de conduită pentru furnizori care include impactul asupra mediului și impactul social/etic
	Toate	Aprovizionare: Cartografierea lanțului de aprovizionare pentru a identifica toți furnizorii de nivel 1
	Toate	Aprovizionare: Evaluează performanța în materie de sustenabilitate a furnizorilor de nivel 1 cu ajutorul unei părți externe (de exemplu, EcoVadis)
	Toate	Aprovizionare: Efectuează audituri fizice ale furnizorilor utilizând, de exemplu, standardul SA8000 sau SEDEX (SMETA)
	Toate	Regândesc ambalajele pentru logistică / comerț electronic (de exemplu, cutii de transport reutilizabile / depozitarea cutiilor de transport)
	Toate	Se alătură unei organizații care urmărește să identifice reducerea impactului ambalajelor, cum ar fi SPICE, fundația EllenMacArthur
Sprrijinirea financiară a celor mai bune practici pentru protecția mediului și soluții de impact	Toate	<p>Alocă fonduri anual pentru a investi în soluții pentru cele mai bune practici de mediu în lanțul de aprovizionare și/sau pentru a restabili ecosistemele prin donații de mediu.</p> <p>Se angajează să doneze cel puțin 1% din profitul anual al mărcii unui program credibil de mediu, care este multianual și continuu (dacă marca are venituri anuale sub 25 de milioane pentru vânzările Sephora, trebuie să doneze cel puțin 25.000 pe an). Sumele donate se bazează pe profitul pentru anul precedent donat până la sfârșitul anului următor.</p>

4. INFORMAȚII PENTRU CONSUMATORI ȘI ETICHETARE ECOLOGICĂ

Mărcile trebuie să îndeplinească TOATE criteriile must-have din următoarele subdomenii
CRITERII MUST-HAVE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Furnizarea de informații de mediu către consumatori	Toate	Furnizează consumatorilor informații legate de sustenabilitate pe ambalaj (de exemplu, prin intermediul codului QR, dacă este necesar) și online, incluzând cel puțin 2 dintre următoarele (marca ar trebui să depună eforturi pentru toate): 1. emisii de carbon, 2. informații privind trasabilitatea ingredientelor, 3. punctajul de mediu al produsului (proprietate a mărcii, pe baza criteriilor alese de marcă), 4. tipul de materiale utilizate în ambalajul primar și secundar, 5. locul de producție, 6. % din conținutul de materiale sustenabile (reciclate, ingrediente și ambalaje bio) 7. certificări de mediu/sociale 8. instrucțiuni de reciclare
Educarea consumatorilor cu privire la comportamentele sustenabile	Toate	100% din SKU-uri: Furnizează instrucțiuni clare privind reciclabilitatea pe ambalaj (sau cel puțin online), de exemplu cum să se elimine în mod corespunzător ambalajul/produsul

Mărcile trebuie să îndeplinească cel puțin unul dintre următoarele criterii suplimentare, din oricare din subdomeniile de mai jos

CRITERII SUPLIMENTARE:

Subdomeniu	Produse vizate	Criterii
Parteneriat sau informare cu privire la instrumente sau resurse externe	Toate	Parteneriatul cu instrumente sau resurse externe care oferă informații de mediu despre produse pentru mai multe mărci sau îndrumarea consumatorilor către resurse relevante (în materiale online, social media, pe ambalaje etc.)
Furnizarea de informații de mediu către consumatori	Top SKU-uri	Furnizează consumatorilor informații legate de sustenabilitate <u>pe ambalaj</u> (de exemplu, prin intermediul codului QR, dacă este necesar), inclusiv: emisii de carbon, informații privind trasabilitatea ingredientelor, punctajul de mediu al produsului (proprietate a mărcii, pe baza criteriilor de alegere a mărcii), tipul de materiale utilizate în ambalajul primar și secundar, locul de producție, % din conținutul de materiale sustenabile (reciclate, ingrediente și ambalaje bio, certificări de mediu/sociale, lista INCI a ingredientelor)
	Toate	Participă la inițiative sectoriale pentru furnizarea de informații standardizate și comparabile privind impactul produselor asupra mediului (de exemplu, EcoBeautyScore)
Educarea consumatorilor cu privire la	Toate	Crește gradul de conștientizare cu privire la impacturile din faza de utilizare și de la sfârșitul

**comportamentele
sustenabile**

ciclului de viață și la rolul consumatorilor în
reducerea acestora.