

Sigillo Planet Aware – Criteri e Principi

I brand che sono idonei a ricevere il sigillo Planet Aware rispettano un certo numero di criteri in tutti i quattro pilastri.

CRITERI FONDAMENTALI: sono requisiti di base oggi. I marchi devono soddisfare tutti questi requisiti per qualificarsi

CRITERI AGGIUNTIVI: sono requisiti fattibili oggi, ma sono pratiche che dimostrano un livello più alto di coinvolgimento del marchio. I marchi devono soddisfarne un certo numero per qualificarsi

1. APPROVVIGIONAMENTO DEGLI INGREDIENTI & FORMULE SOSTENIBILI

I marchi devono soddisfare **TUTTI** i criteri fondamentali nei seguenti sotto-argomenti

CRITERI FONDAMENTALI	Sotto-argomento	Prodotti interessati	Criteri	
	Limitare gli impatti del ciclo di vita della formula	Tutti		Divulgare l'elenco completo degli ingredienti e non includere microplastiche e microsferi aggiunte intenzionalmente (meno di 5 mm) e ingredienti classificati come altamente impattanti per l'ambiente (ad esempio siliconi ciclici, ftalati, filtri UV chimici - consultare l'elenco completo nella scheda degli ingredienti vietati).
		Prodotti che utilizzano olio di palma		100% di olio di palma e olio di palmisto certificati dalla Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) separati obbligatoriamente
	Ingredienti di provenienza sostenibile	Prodotti che utilizzano olio di palma		Almeno il 30% dei derivati dell'olio di palma e dell'olio di palmisto certificati RSPO bilancio di massa obbligatorio
Prodotti che utilizzano la mica			Rintracciare le origini della mica utilizzata nelle formule e rifornirsi solo da fornitori controllati, evitando il lavoro minorile e forzato.	
Prodotti che utilizzano la mica			Incoraggiare i marchi e i loro fornitori a diventare membri dell'Iniziativa MICA Responsabile (se non lo sono già e se utilizzano la mica nelle formule).	
Rispetto della biodiversità e del benessere degli animali	Tutti		I prodotti finiti del marchio non sono testati su animali in nessuna parte del mondo dal marchio (in linea con i requisiti normativi dell'UE).	
	Tutti		Tutti gli ingredienti di origine vegetale o animale non provengono da specie protette, disciplinate dalla Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES). Inoltre, il marchio rispetta il protocollo di Nagoya relativo alla protezione delle risorse genetiche tradizionali.	

I marchi devono soddisfare **almeno 2** dei seguenti criteri aggiuntivi. I marchi con **oltre il 50% di SKU da risciacquare** devono soddisfare **2** criteri per i prodotti da risciacquare. **Tutti gli altri marchi possono soddisfare 2** dei criteri aggiuntivi (i piccoli marchi almeno 1).

CRITERI AGGIUNTIVI	Sotto-argomento	Prodotti interessati	Criteri	
	Limitare gli impatti del ciclo di vita della formula	Tutti		Per il 40% del portafoglio ingredienti in termini di massa (esclusa l'acqua): abbiamo condotto una valutazione per identificare gli impatti ambientali utilizzando metodologie riconosciute (LCA (ISO 14040), PEF) e criteri di impatto multipli (clima, terra, biodiversità, acqua).
		Tutti		Il 30% degli ingredienti in massa delle quattro famiglie di ingredienti più comuni utilizzati nei prodotti di bellezza (alcol, siliconi, oli naturali e loro derivati, minerali) proviene da alternative sostenibili già disponibili, tra cui l'upcycling e la biotecnologia a basso impatto.
		Tutti		Applicare almeno 6 dei 12 principi della chimica verde nella formulazione (a livello di marchio è sufficiente).
		Prodotti a risciacquo		L'80% del totale dei prodotti da risciacquo venduti (in base alle vendite) è progettato con ingredienti biodegradabili e non ecotossici.
		Prodotti a risciacquo		Hanno sviluppato e venduto da Sephora almeno un prodotto senza risciacquo come alternativa ai prodotti tradizionalmente utilizzati con risciacquo, che rappresenti il 30% o più delle vendite totali del marchio ogni anno
		Prodotti a risciacquo		Hanno sviluppato e venduto da Sephora almeno una formula senz'acqua come alternativa ai prodotti che utilizzano molta acqua.
Tutti		Selezionano ingredienti chiave di origine sostenibile certificata.		

	Ingredienti di provenienza sostenibile	Tutti	Hanno condotto una valutazione del rischio delle materie prime per identificare le materie prime/catene di approvvigionamento più sensibili.
		Prodotti che utilizzano ingredienti naturali provenienti dalle foreste	Avere una politica che prevede che il 100% degli ingredienti naturali sia privo di deforestazione (ad esempio, palma, cacao, soia, viscosa).
		Tutti	Rintracciare il 70% della massa totale degli ingredienti utilizzati in tutte le formulazioni nel paese di origine.

2. IMBALLAGGIO SOSTENIBILE

I marchi devono soddisfare TUTTI i criteri fondamentali nei seguenti sotto-argomenti

	Sotto-argomento	Prodotti interessati	Criteri
CRITERI FONDAMENTALI	Ridurre gli imballaggi	Prodotti lanciati prima del 2024 (o della data di adesione al programma)	Obiettivi di riduzione interna a livello di marchio per tutto il portafoglio in base agli SKU e/o al volume delle vendite. Ciò potrebbe includere azioni definite per ridurre gli imballaggi (ad esempio, compressione delle formule, alleggerimento, selezione dei materiali di imballaggio, ottimizzazione del design, ecc.)
		Prodotti lanciati a partire dal 2024 (o dalla data di adesione al programma)	100% delle SKU: Nessun articolo monouso nei prodotti vendibili o nelle attività di marketing e PR non vendibili (esclusi i campioni).
			90% dei singoli prodotti: Eliminare tutto il materiale non necessario, ottimizzando peso e volume. Se si utilizza un imballaggio secondario, le sue dimensioni devono essere ridotte al minimo in base al rapporto di criteri. Integrare le migliori pratiche di sostenibilità per i kit e i set regalo della Sustainability Kit Guide di Sephora.
	Utilizzare modelli circolari	Prodotti lanciati prima del 2024 Prodotti lanciati a partire dal 2024	Il 50% delle confezioni dei prodotti è riciclabile, ricaricabile e/o compostabile (25% per i marchi di make-up) 100% delle skus: ambizione di raggiungere il 100% di circolarità (imballaggi dei prodotti riciclabili, ricaricabili o compostabili). 75% delle confezioni dei prodotti progettate per la circolarità, ovvero riciclabilità, ricaricabili/riutilizzabili e/o compostabili (50% per i marchi di makeup) Le parti in plastica degli imballaggi utilizzano almeno il 30% di contenuto di PCR o altro biomateriale riciclabile e di provenienza sostenibile (seconda/terza generazione) Il 100% del cartone è costituito da cartone riciclato o da foreste gestite in modo sostenibile (certificate FSC o PEFC).
	Utilizzare materiali di imballaggio più sostenibili: <i>Eliminare i materiali impattanti e particolarmente tossici</i>	Tutti	Il 100% degli inchiostri utilizzati sono a base vegetale, idrica o UV (non derivati dal petrolio e senza COV) e a lungo termine si impegnano a rispettare i requisiti degli inchiostri EUPIa. Vietare i materiali tossici per gli ecosistemi nella progettazione degli imballaggi

I marchi devono soddisfare almeno 4 dei seguenti criteri aggiuntivi per tutti i prodotti, che coprano almeno due diversi sottoargomenti di seguito elencati (esclusi i campionari e i set/formati promozionali, se non specificati)

	Sotto-argomento	Prodotti interessati	Criteri
CRITERI AGGIUNTIVI	Ridurre gli imballaggi	Tutti	100% delle SKU: Nessun imballaggio secondario
	Utilizzare modelli circolari	Tutti i prodotti lanciati prima del 2024	75% delle confezioni dei prodotti progettate per la circolarità, ossia riciclabilità, ricaricabilità e/o compostabilità (50% per i marchi di make-up)
		Tutti i prodotti lanciati a partire dal 2024	100% delle confezioni dei prodotti progettate per la circolarità, vale a dire riciclabilità, ricaricabilità e/o compostabilità (75% per i marchi di make-up)
		Tutti	Hanno stabilito una politica o una tabella di marcia per eliminare entro il 2030 i materiali non riciclabili nella progettazione degli imballaggi.
Utilizzare materiali più sostenibili: <i>Massimizzare ulteriormente il contenuto riciclato nei materiali di imballaggio</i>	Tutti	In generale, tutti gli imballaggi primari (e secondari, se utilizzati) utilizzano almeno il 30% di materiale riciclato post-consumo (PCR) o riciclato. Gli imballaggi in alluminio sono composti per almeno il 50% da materiale riciclato post-consumo (PCR). Gli imballaggi in plastica sono costituiti per almeno il 50% da materiale riciclato post-consumo (PCR) o da altri biomateriali di provenienza sostenibile (seconda/terza generazione).	

			Gli imballaggi in vetro sono realizzati con almeno il 20% di materiale riciclato (PCR).
	Utilizzare materiali di imballaggio più sostenibili: <i>Eliminare la plastica</i>	Tutti	Imballaggi completamente privi di plastica, se sostituiti da alternative a basso impatto comprovate (ad esempio, alluminio o vetro prodotti con energia a basso contenuto di carbonio, cartone).
	Altre tipologie di imballaggio: <i>Ridurre la massa di materiali e imballaggi non necessari, utilizzare materiali sostenibili, promuovere l'innovazione.</i>	Campioni	Integrare le migliori pratiche di sostenibilità nella strategia di campionamento

3. IMPEGNI E PRATICHE AZIENDALI

I marchi devono soddisfare **TUTTI** i criteri fondamentali nei seguenti sotto-argomenti

CRITERI FONDAMENTALI	Sotto-argomento	Prodotti/marchi interessati	Criteri
	Misurare e fissare le emissioni di carbonio <i>Valutare e ridurre l'impatto ambientale dell'azienda/guidare l'impatto positivo - misurare, fissare obiettivi e divulgare i progressi compiuti.</i>	Tutti	Tutti
		Grandi marchi indipendenti e tutti i marchi all'interno di grandi società multimarca	Hanno calcolato le emissioni Scope 3
		Grandi marchi indipendenti e tutti i marchi all'interno di grandi società multimarca	Stabilire obiettivi di riduzione delle emissioni di carbonio almeno per gli Scope 1 e 2 (con una data prevista per lo Scope 3), verificati da una terza parte.
	Strategia di approvvigionamento sostenibile	Tutti	Strategia di approvvigionamento sostenibile
		Grandi marchi e marchi all'interno di società madri multimarca in cui l'approvvigionamento è gestito a livello aziendale	Monitorare i 10 principali fornitori Tier 1 (per spesa) per garantire la conformità alle politiche di approvvigionamento sostenibile del marchio.

I marchi devono soddisfare almeno 4 dei seguenti criteri aggiuntivi, di cui almeno 2 dai due sotto-argomenti "Valutare e ridurre l'impatto ambientale" di cui sotto

CRITERI AGGIUNTIVI	Sotto-argomento	Prodotti/marchi interessati	Criteri
	Misurare e fissare gli obiettivi: <i>Valutare e ridurre l'impatto ambientale dell'azienda/guidare l'impatto positivo - misurare, fissare obiettivi e divulgare i progressi compiuti.</i>	Tutti	Tutti
		Grandi marchi	Dichiarare attraverso il Carbon Disclosure Project (CDP) e ricevere almeno una valutazione A-.
		Tutti	Disporre di un impegno/una politica No Deforestazione
		Tutti	Hanno condotto una valutazione del rischio degli impatti del marchio sulla natura/biodiversità (compresi i cambiamenti climatici, ma anche la terra, l'acqua, gli ecosistemi) per identificare i punti critici da affrontare.
		Tutti	Avere una strategia/un piano d'azione per ridurre gli impatti e/o generare impatti positivi al di là delle emissioni di carbonio (uso e inquinamento dell'acqua, uso e cambiamento del territorio, ecc.)
	Implementare per ottenere un impatto positivo: <i>Valutare e ridurre l'impatto ambientale aziendale/guidare l'impatto positivo - implementare le azioni e perseguire certificazioni</i>	Tutti	Possedere una certificazione di terza parte relativa all'impronta di carbonio e alla sua riduzione (ad esempio, operazioni neutre dal punto di vista del carbonio, spedizioni neutre dal punto di vista del carbonio).
		Tutti	Aver messo in atto azioni per ottenere miglioramenti misurabili nell'efficienza energetica delle operazioni.
		Tutti	Avere sedi aziendali e attività di proprietà e in leasing alimentate al 100% da energia rinnovabile
		Tutti	Partecipare a un'iniziativa collaborativa che abbia un impatto significativo sulla decarbonizzazione (ad esempio RE100)
		Piccoli marchi	Produrre localmente oltre il 50% dei prodotti
		Tutti	Intervenire per proteggere la biodiversità e/o ripristinare e rigenerare i terreni utilizzati nella catena del valore su scala.
		Tutti	Hanno messo in atto azioni per ridurre il consumo di acqua
		Tutti	Possedere una certificazione ambientale olistica a livello aziendale o per tutti i prodotti in portafoglio
		Tutti	Ecodesign: Integrare i criteri di impatto ambientale nel processo di progettazione dei prodotti e garantire che tutti i nuovi prodotti siano ecodesignati (la definizione specifica di ecodesign/miglioramento deve essere fornita dal marchio).

CR	Adottare pratiche e modalità di lavoro sostenibili	Tutti	Approvvigionamento: Avere uno standard o un codice di condotta per i fornitori che includa gli impatti ambientali e sociali/etici.
		Tutti	Approvvigionamento: Mappare la catena di approvvigionamento per identificare tutti i fornitori di livello 1.
		Tutti	Approvvigionamento: Valutare le prestazioni di sostenibilità dei fornitori di livello 1 con un soggetto esterno (ad esempio EcoVadis).
		Tutti	Approvvigionamento: Condurre audit fisici dei fornitori utilizzando, ad esempio, lo standard SA8000 o il SEDEX (SMETA).
		Tutti	Ridisegnare gli imballaggi per la logistica e il commercio elettronico (ad esempio, scatole di spedizione riutilizzabili/depositabili).
		Tutti	Aderire a coalizioni che mirano a identificare la riduzione dell'impatto degli imballaggi, come SPICE, Fondazione Ellen MacArthur
	Sostenere finanziariamente le migliori pratiche per la protezione dell'ambiente e le soluzioni d'impatto.	Tutti	Impegnare annualmente fondi per investire in soluzioni per le migliori pratiche ambientali nella catena di fornitura e/o ripristinare gli ecosistemi attraverso donazioni ambientali.
			Impegnarsi a donare almeno l'1% dei profitti del marchio all'anno a un programma credibile di donazione ambientale a lungo termine, pluriennale e continuativo (se il marchio ha un fatturato annuo inferiore a 25 milioni di dollari per le vendite Sephora, deve donare un minimo di 25.000 dollari all'anno). Gli importi delle donazioni si basano sui profitti dell'anno precedente donati entro la fine dell'anno successivo.

4. INFORMAZIONI AI CONSUMATORI ED ETICHETTATURA AMBIENTALE

I marchi devono soddisfare **TUTTI** i criteri fondamentali nei seguenti sotto-argomenti

CRITERI FONDAMENTALI	Sotto-argomento	Prodotti interessati	Criteri
	Fornire informazioni ambientali ai consumatori	Tutti	
Educare i consumatori a comportamenti sostenibili	Tutti		100% delle referenze: Fornire istruzioni chiare sulla riciclabilità sull'imballaggio (o almeno online), ad esempio su come smaltire correttamente l'imballaggio/prodotto.

I marchi devono soddisfare **almeno 1** dei seguenti criteri aggiuntivi appartenenti a uno qualsiasi dei sotto-argomenti di seguito elencati

CRITERI AGGIUNTIVI	Sotto-argomento	Prodotti interessati	Criteri
	Collaborare o fornire informazioni su strumenti o risorse esterne	Tutti	Collaborare con strumenti o risorse esterne che forniscano informazioni ambientali cross-brand sui prodotti o che guidino i consumatori verso le risorse pertinenti (nei materiali online, nei social media, sulle confezioni, ecc.)
	Fornire informazioni ambientali ai consumatori	Top SKUs	
Tutti			Partecipare a iniziative di settore per fornire informazioni standardizzate e comparabili sull'impatto ambientale dei prodotti (ad esempio, EcoBeautyScore).
Educare i consumatori a comportamenti sostenibili	Tutti		Sensibilizzare sugli impatti della fase d'uso e della fine del ciclo di vita e sul ruolo dei consumatori nel ridurli.