

Selo Planet Aware – Critérios e princípios

As marcas são elegíveis para o selo Planet Aware se cumprirem um determinado conjunto de critérios em todos os 4 pilares.

CRITÉRIOS ESSENCIAIS: são requisitos essenciais atualmente. As marcas devem cumprir **TODOS** estes critérios para estarem qualificadas.

CRITÉRIOS ADICIONAIS: são viáveis atualmente, mas são práticas que demonstram um nível mais elevado de envolvimento com a marca. As **marcas** devem cumprir **UM CERTO NÚMERO** de critérios adicionais para estarem qualificadas.

1. OBTENÇÃO E FORMULA DE INGREDIENTES SUSTENTAVEIS

As marcas devem cumprir **TODOS** os critérios essenciais nos seguintes subtópicos

OS ESSENCIAIS	Subtema	Produtos considerados	Critério
	Limitar os impactos do ciclo de vida da fórmula	Todos	Divulgar a lista completa de ingredientes e não incluir microplásticos e microesferas adicionados intencionalmente (menos de 5 mm) e ingredientes classificados como altamente impactantes ao meio ambiente (por exemplo, silicões cíclicos, ftalatos, filtros químicos UV - consulta a lista completa na guia da lista de ingredientes proibidos).
	Ingrediente de origem	Produtos que utilizam óleo de palma	100% do óleo de palma e do óleo de palmiste certificados pelo Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) são segregados obrigatoriamente
Produtos que utilizam óleo de palma		Pelo menos 30% dos derivados de óleo de palma e óleo de palmiste certificados pelo balanço de massa RSPO obrigatório	

CRITÉRIOS	sustentável	Produtos que utilizam mica	Rastrear as origens da mica usada nas fórmulas e obtê-la somente de fornecedores totalmente controlados, evitando trabalho infantil e forçado
		Produtos que utilizam mica	Incentivar as marcas e os seus fornecedores a tornarem-se membros da Iniciativa MICA Responsável (se ainda não forem membros e usarem Mica em fórmulas)
	Respeito pela biodiversidade e pelo bem-estar animal	Todos	Os produtos acabados da marca não são testados em animais em nenhuma parte do mundo pela marca (alinhados com os requisitos regulamentares da UE).
		Todos	Quaisquer ingredientes de origem vegetal ou animal não são provenientes de espécies protegidas regidas pela Convenção sobre o Comércio Internacional de Espécies de Fauna e Flora Selvagens Ameaçadas de Extinção (CITES). Além disso, a marca respeita o protocolo de Nagoya relativo à proteção dos recursos genéticos tradicionais.

As marcas devem cumprir pelo menos 2 dos seguintes critérios adicionais. Marcas com mais de 50% de SKUs que se podem enxaguar devem cumprir 2 critérios de

CRITÉRIOS	Subtema	Produtos considerados	Critério
	Limitar os impactos do ciclo de vida da fórmula	Todos	Para 40% do portfólio de ingredientes por massa (excluindo água): conduzimos uma avaliação para identificar impactos ambientais usando metodologias reconhecidas (ACV (ISO 14040), PEF) e múltiplos critérios de impacto (clima, solo, biodiversidade, água).
		Todos	30% dos ingredientes em massa das quatro famílias de ingredientes mais comuns utilizados em produtos de beleza (álcool, silicones, óleos naturais e seus derivados, minerais) provêm de alternativas sustentáveis já disponíveis, incluindo a reciclagem e a biotecnologia de menor impacto.
		Todos	Aplicar pelo menos 6 dos 12 princípios da química verde na formulação (no nível da marca será suficiente).

CRITÉRIOS ADICIONAIS

	Produtos para enxaguar	80% do total de produtos enxaguáveis vendidos (por vendas) são elaborados com ingredientes biodegradáveis e não ecotóxicos.
	Produtos para enxaguar	Ter desenvolvido e vendido na Sephora pelo menos um produto sem enxaguamento como alternativa aos produtos tradicionalmente com enxaguamento, ou seja, 30% ou mais das vendas totais da marca anualmente
	Produtos para enxaguar	Ter desenvolvido e vendido na Sephora pelo menos uma fórmula sem água como alternativa ao produto que utiliza muita água
Ingredientes de origem sustentável	Todos	Selecionar pelo menos ingredientes-chave certificados de origem sustentável.
	Todos	Realizar uma avaliação de risco de produtos básicos para identificar os produtos básicos/cadeias de fornecimento mais sensíveis.
	Obter ingredientes de forma sustentável	Ter uma política para que 100% dos ingredientes naturais sejam livres de desmatamento (por exemplo, palma, cacau, soja, viscose)
	Todos	Rastrear 70% da massa total de ingredientes utilizados em todas as formulações até o país de origem

2. EMBALAGENS SUSTENTÁVEIS

As marcas devem cumprir **TODOS** os critérios essenciais nos seguintes subtópicos

	Subtema	Produtos considerados	Critério
--	----------------	------------------------------	-----------------

CRITÉRIOS ESSENCIAIS

Reduzir a embalagem	Produtos lançados antes de 2024 (ou data de adesão ao programa)	Objetivos de redução interna no nível da marca em todo o portfólio com base em SKUs e/ou volume de vendas. Isto poderia incluir ações definidas para reduzir embalagens (por exemplo, compressão de fórmulas, peso leve, seleção de materiais de embalagem, otimização de design, etc.)
	Produtos lançados a partir de 2024 (ou data de incorporação ao programa)	100% SKUs: Não são permitidos itens descartáveis em produtos para venda ou marketing e relações públicas para não venda (não incluindo amostras)
		90% de referências individuais de produtos: Eliminam todo material desnecessário, otimizando peso e volume. Caso seja utilizada embalagem secundária, seu tamanho deverá ser minimizado de acordo com a lista de critérios.
		Integram as melhores práticas de sustentabilidade para kits e coffrets do Guia de Kits de Sustentabilidade da Sephora.
Dirigir modelos circulares	Produtos lançados antes de 2024	50% das embalagens dos produtos são recicláveis, recarregáveis e/ou compostáveis (25% para marcas de maquiagem)
		100% dos skus: definir a ambição de alcançar 100% de circularidade (embalagens de produtos recicláveis, recarregáveis ou compostáveis)
	Produtos lançados a partir de 2024	75% das embalagens dos produtos projetadas para circularidade, ou seja, reciclabilidade, recarga/reutilização e/ou compostabilidade (50% para marcas de maquiagem)
		As partes plásticas das embalagens utilizam pelo menos 30% de conteúdo de PCR ou outro biomaterial reciclável e de origem sustentável (2ª/3ª geração)
		100% do cartão é feito de cartão reciclado ou verificado por terceiros para florestas gerenciadas de forma sustentável (certificado pelo FSC ou PEFC)

Usar materiais de embalagem mais sustentáveis: <i>Eliminar materiais</i>	Todos	100% das tintas utilizadas são à base de vegetais, água ou UV (não derivadas de petróleo e sem VOCs) e a longo prazo estão comprometidas com os requisitos de tinta da EUPia
		Proibir materiais que sejam tóxicos para os ecossistemas no design de embalagens

As marcas devem cumprir pelo menos 4 dos seguintes critérios adicionais para todos os produtos, abrangendo pelo menos dois subtópicos diferentes abaixo

CRITÉRIOS ADICIONAIS	Subtema	Produtos considerados	Critério
	Reduzir a embalagem	Todos	100% dos SKUs: Sem embalagem secundária
	Dirigir modelos circulares	Produtos lançados antes de 2024	75% das embalagens dos produtos projetadas para circularidade, ou seja, reciclabilidade, recarga e/ou compostabilidade (50% para marcas de maquiagem)
		Produtos lançados a partir de 2024	100% das embalagens dos produtos projetadas para circularidade, ou seja, reciclabilidade, recarga e/ou compostabilidade (75% para marcas de maquiagem)
		Todos	Estabelecer uma política ou roteiro para eliminar até 2030 materiais recicláveis que não sejam usados no design de embalagens
	Usar materiais mais sustentáveis: Maximizar ainda	Todos	No geral, todas as embalagens primárias (e secundárias, se usadas) utilizam pelo menos 30% de material reciclado pós-consumo (PCR) ou reciclado
			As embalagens de alumínio são feitas com pelo menos 50% de reciclagem pós-consumo (PCR)

CRIT	mais o conteúdo reciclado em todos os materiais de		As embalagens plásticas são feitas com pelo menos 50% de material reciclado pós-consumo (PCR) ou outro biomaterial de origem sustentável (2ª/3ª geração)
			As embalagens de vidro são feitas pelo menos 20% recicladas (PCR)
	Usar materiais de embalagem mais sustentáveis:	Todos	Embalagens totalmente isentas de plástico, se substituídas por alternativas comprovadamente de menor impacto (por exemplo, alumínio ou vidro produzido com energia de baixo carbono, cartão)
	Eliminar o plástico		
	Outros tipos de embalagens:	Amostras	Integrar as melhores práticas de sustentabilidade na estratégia de amostras
	Reduzir o material desnecessário e a massa da embalagem, utilizar materiais sustentáveis e impulsionar a inovação		

3. COMPROMISSOS E PRÁTICAS CORPORATIVAS

As marcas devem cumprir TODOS os critérios obrigatórios nos subtópicos abaixo

CRITÉRIOS ESSENCIAIS

Subtema	Produtos considerados	Critério
Medir e reduzir a pegada de carbono	Todos	Ter as emissões de Escopo 1 e 2 calculadas
	Grandes marcas independentes e todas as marcas dentro de uma grande empresa-mãe multimarcas	Calcular as emissões de Escopo 3
	Grandes marcas independentes e todas as marcas dentro de grandes empresas-mãe multimarcas	Definir metas de redução de carbono para pelo menos os Escopos 1 e 2 (com data planeada para o Escopo 3), verificadas por terceiros.
Avaliar e reduzir os impactos ambientais corporativos/impulsionar o impacto positivo	Grandes marcas independentes e todas as marcas dentro de grandes empresas-mãe multimarcas	Definir metas de redução de carbono para pelo menos os Escopos 1 e 2 (com data planeada para o Escopo 3), verificadas por terceiros.
medir, estabelecer metas e divulgar o progresso	Todos	Estratégia de fornecimento sustentável
	Grandes marcas e marcas dentro de empresas-mãe multimarcas onde o abastecimento é gerido a nível corporativo	Monitorizar os 10 principais fornecedores de nível 1 (por despesa) para garantir a conformidade com as políticas de fornecimento sustentável da marca.

As marcas devem cumprir pelo menos 4 dos seguintes critérios adicionais, dos quais pelo menos 2 dos dois subtópicos "Avaliar e reduzir o impacto ambiental"

Subtema	Produtos considerados	Critério
Medir e definir metas:	Todos	Estabelecer objetivos de SBTi de curto prazo para os Escopos 1-3
	Grandes marcas	Divulgar através do Carbon Disclosure Project (CDP) e receber pelo menos uma classificação A-
Avaliar e reduzir os impactos ambientais corporativos/impulsionar o impacto positivo	Todos	Ter um compromisso/política de Não Desmatamento
	Todos	Realizar uma avaliação de risco dos impactos da marca na natureza/biodiversidade (incluindo mudanças climáticas, mas também terra, água, ecossistemas) para identificar pontos críticos para enfrentar
	Todos	Ter uma estratégia/plano de ação para reduzir impactos e/ou gerar impactos positivos além do carbono (uso e poluição da água, uso e mudança da terra, etc.)
Implementar para um impacto positivo:	Todos	Ter uma certificação de terceiros relacionada à pegada e redução de carbono (por exemplo, operações neutras em carbono, transporte neutro em carbono)
	Todos	Implementar ações para impulsionar melhorias mensuráveis na eficiência energética das operações
	Todos	Ter escritórios corporativos e operações próprias e alugadas alimentadas por energia 100% renovável
Avaliar e reduzir os impactos ambientais corporativos/impulsionar o	Todos	Participar em iniciativas colaborativas que geram impacto significativo em torno da descarbonização (por exemplo, RE100)
	Pequenas marcas	Fabricar mais de 50% de SKUs localmente
	Todos	Tomar medidas para proteger a biodiversidade e/ou restaurar e regenerar terras utilizadas na cadeia de valor em grande escala

CRITÉRIOS ADIC

Impacto positivo implementar ações e conseguir certificações	Todos	Implementar ações para reduzir o consumo de água
	Todos	Ter uma certificação ambiental holística a nível corporativo ou para todos os produtos do portfólio
	Todos	Ecodesign: Integrar critérios de impacto ambiental no processo de design do produto e garantir que todos os novos produtos sejam ecodesignados (definição específica de ecodesign/melhoria a ser fornecida pela marca)
Ter práticas e formas de trabalhar sustentáveis	Todos	Fornecimento: Ter um padrão ou código de conduta do fornecedor, incluindo impactos ambientais e sociais/éticos
	Todos	Fornecimento: Mapear a cadeia de suprimentos para identificar todos os fornecedores de nível 1
	Todos	Fornecimento: Avaliar o desempenho de sustentabilidade dos fornecedores de nível 1 com terceiros (por exemplo, EcoVadis)
	Todos	Fornecimento: Realizar auditorias físicas de fornecedores usando, por exemplo, Padrão SA8000 ou SEDEX (SMETA)
	Todos	Repensar embalagens para logística/comércio eletrônico (por exemplo, caixas de transporte reutilizáveis/de depósito)
	Todos	Juntar-se à coalizão com o objetivo de identificar a redução do impacto das embalagens, como SPICE, fundação Ellen MacArthur

	<p>Apoiar financeiramente as melhores práticas para proteção ambiental e soluções de impacto</p>	<p>Todos</p>	<p>Comprometer fundos anualmente para investir em soluções para melhores práticas ambientais na cadeia de abastecimento e/ou restaurar ecossistemas através de doações ambientais</p> <p>Comprometer-se a doar pelo menos 1% do lucro da marca por ano para um programa confiável de doações ambientais de longo prazo que seja plurianual e contínuo (se a marca tiver menos de 25 milhões de receita anual para vendas da Sephora, eles devem doar um mínimo de 25 mil por ano). Os valores das doações são baseados no lucro do ano anterior doado até o final do ano seguinte</p>
--	---	---------------------	--

4. INFORMAÇÃO AO CONSUMIDOR E ROTULAGEM AMBIENTAL

As marcas devem cumprir a TODOS os critérios essenciais nos seguintes subtópicos

	Subtema	Produtos considerados	Critério
--	---------	-----------------------	----------

CRITÉRIOS ESSENCIAIS

Fornecer informações ambientais aos consumidores	Todos	Fornecer informações relacionadas à sustentabilidade aos consumidores nas embalagens (por exemplo, por meio de código QR, se necessário) e online, incluindo pelo menos 2 dos seguintes itens (a marca deve trabalhar para todos): <ol style="list-style-type: none">1. emissões de carbono,2. informações sobre a rastreabilidade dos ingredientes,3. pontuação ambiental do produto (proprietária da marca, baseada em critérios de escolha da marca),4. tipo de materiais utilizados nas embalagens primárias e secundárias,5. local de produção,6. % de conteúdo de material sustentável (reciclado, de base biológica em ingredientes e embalagens)7. certificações ambientais/sociais8. Instruções de reciclagem
Educar os consumidores sobre comportamentos sustentáveis	Todos	100% dos SKUs: Fornecer instruções claras sobre reciclabilidade nas embalagens (ou pelo menos online), ou seja, como descartar adequadamente a embalagem/produto

As marcas devem cumprir a pelo menos um dos seguintes critérios adicionais de

Subtema	Produtos considerados	Critério
---------	-----------------------	----------

CRITÉRIOS ADICIONAIS

Fazer parceria ou informar sobre ferramentas ou recursos externos	Todos	Fazer parceria com ferramentas ou recursos externos que forneçam informações ambientais de várias marcas sobre produtos ou oriente os consumidores sobre recursos relevantes (em materiais online, mídias sociais, embalagens, etc.)
Fornecer informações ambientais aos consumidores	SKUs principais	Fornecer informações relacionadas à sustentabilidade aos consumidores nas embalagens (por exemplo, por meio de código QR, se necessário), incluindo: emissões de carbono, informações sobre rastreabilidade de ingredientes, pontuação ambiental do produto (proprietária da marca, com base em critérios de escolha da marca), tipo de materiais usado em embalagens primárias e secundárias, local de produção, % de conteúdo de material sustentável (reciclado, de base biológica em ingredientes e embalagens, certificações ambientais/sociais, lista de ingredientes INCI
	Todos	Participar em iniciativas setoriais para fornecer informações padronizadas e comparáveis sobre o impacto ambiental dos produtos (por exemplo, EcoBeautyScore)
Educar os consumidores sobre comportamentos sustentáveis	Todos	Aumentar a consciencialização sobre os impactos da fase de uso e do fim da vida útil e sobre o papel dos consumidores na sua redução

