

INFORME SOBRE LOS PROGRESOS EN SOSTENIBILIDAD 2020

 GARNIER



GARNIER COMPROMETIDA CON LA **GREEN BEAUTY**

NUESTRO CAMINO PASO A PASO
HACIA LA SOSTENIBILIDAD

**MÁS
ABASTECIMIENTO
SOLIDARIO**



**CIENCIAS Y
FÓRMULAS
MÁS GREEN**

**MÁS MATERIALES
RECICLADOS Y
RECICLABLES**



Aprobado por Nuevo
**Cruelty Free
INTERNATIONAL**
del programa *Leaping Bunny*



**MÁS ENERGÍAS
RENOVABLES**

G UNAS PALABRAS DEL PRESIDENTE DE LA MARCA GARNIER A NIVEL MUNDIAL

GARNIER PISA EL ACELERADOR HACIA LA **GREEN BEAUTY EN TODOS SUS PRODUCTOS**

En medio de la confusión vivida el pasado año, hemos mantenido más firme que nunca nuestro objetivo y compromiso de abordar nuestro impacto, transformar nuestra actividad comercial y hacer frente a los grandes retos sociales y ambientales del planeta. Al ser una de las principales marcas de belleza del mundo, en Garnier llevamos mucho tiempo adoptando medidas para conseguir una belleza sostenible. Además, constatando que el 73%* de los consumidores desean ser más sostenibles, tenemos la determinación y la capacidad de responder a su demanda. Nuestro compromiso y nuestra ambiciosa estrategia de sostenibilidad *Green Beauty* están liderando el camino de la industria de la belleza y contribuyendo al esfuerzo global por conseguir una realidad más justa y sostenible. Lanzada en 2020, *Green Beauty* es nuestra hoja de ruta hacia un futuro mejor, representando un compromiso holístico que da vida a cada una de las áreas de nuestra empresa en un viaje compartido hacia la transformación. En esencia, nos permite integrar el respeto por las personas, el medio ambiente y los recursos naturales en todas nuestras decisiones comerciales a lo largo de toda la cadena de valor.

Cuando estalló la pandemia, nuestra prioridad fue proteger a nuestros empleados y apoyar a nuestras comunidades. Reaccionamos rápido ante la crisis sanitaria mundial, proporcionando desinfectante de manos gratuito a miles de trabajadores del sector minorista esenciales y ofreciéndolo más tarde a los consumidores a precios asequibles. Pero, nunca dejamos nuestro objetivo de lado y, de hecho, a lo largo de este año en Garnier pisamos el acelerador hacia la *Green Beauty*, con el respaldo de unos indicadores clave claros y dando impulso a nuestros objetivos para 2025. La transparencia sigue siendo el núcleo de nuestro esfuerzo y es por ello que cada logro descrito en este informe ha sido verificado por un auditor independiente de reconocido prestigio.

Nuestro deseo de ser transparentes se extiende también a nuestra comunicación con los consumidores. En junio de 2020, nos convertimos en la primera marca de belleza en lanzar un programa pionero de «etiquetado de impacto medioambiental y social del producto» que permite al consumidor tomar decisiones más sostenibles. Ya se puede encontrar en los productos para el cuidado del cabello en Francia y Alemania y pronto se ampliará a otros países y categorías.

También me complace compartir con vosotros que, desde marzo de 2021, Garnier cuenta con el sello de aprobación del Programa *Leaping Bunny* de *Cruelty Free International*, la organización líder que trabaja para acabar con las pruebas en animales y por el modelo de excelencia contra el maltrato animal.



Adrien KOSKAS
Presidente de la marca
Garnier a nivel mundial

Hemos avanzado en nuestro círculo de compromisos de *Green Beauty*, desde el aprovisionamiento de materias primas hasta la optimización de los envases o el esfuerzo por conseguir una fabricación más limpia, reduciendo a la vez la huella de nuestros productos en el medio ambiente. Nuestra atención al diseño circular está transformando cada vez más nuestra manera de planificar la vida futura de los ingredientes y los materiales de envasado de los productos.

En especial, hemos seguido colaborando con socios reconocidos mediante programas de *Solidarity Sourcing*, a través de los cuales hemos ayudado a mejorar la vida de 787 comunidades. También nos hemos esforzado por introducir ingredientes más sostenibles en la elaboración de nuestros productos. Según el análisis del ciclo de vida, el 97% de nuestros productos nuevos o renovados habían mejorado su perfil ambiental o social en 2020 y, gracias al uso de plástico reciclado, hemos conseguido ahorrar 9019 toneladas de plástico virgen. Asimismo, hemos seguido progresando en nuestro objetivo de neutralidad de carbono de cara a 2025, con una reducción de las emisiones de carbono de nuestras plantas industriales de un 69%. Con este informe, compartimos de manera abierta y transparente nuestro progreso de 2020 hacia la sostenibilidad. Somos conscientes de los retos y aprovechamos las oportunidades. Sabemos que todavía queda mucho por hacer, pero estamos decididos a transformar nuestra cadena de valor y hacer partícipes en nuestro viaje a todas las personas vinculadas con nuestra compañía, a medida que nos vamos acercando cada vez más hacia la belleza sostenible.

Confío en que disfrutes descubriendo nuestro progreso y espero con mucho interés poder conocer tu opinión sobre nuestro viaje hacia la *Green Beauty* pronto.

Según una investigación realizada por Opinion Matters para Garnier en un panel de 2001 del Reino Unido

TODOS LOS PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO DE GARNIER EN EE. UU. CUENTAN YA CON LA CERTIFICACIÓN CRADLE TO CRADLE CERTIFIED™



P8

Cradle to Cradle Certified™ es uno de los estándares más avanzados del mundo en cuanto a materiales y productos circulares y responsables. Con la certificación *Cradle to Cradle Silver* de todos nuestros productos para el cuidado del cabello en EE. UU. hemos dado un paso más en nuestro viaje hacia la sostenibilidad.

ASPECTOS DESTACADOS

GARNIER YA OSTENTA DE FORMA OFICIAL EL SELLO DE APROBACIÓN DE CRUELTY FREE INTERNATIONAL



P13

La marca ha recibido el sello de aprobación del Programa *Leaping Bunny* de *Cruelty Free International*, la organización líder que trabaja para acabar con las pruebas en animales y por el modelo de excelencia contra el maltrato animal.

PRESENTACIÓN DEL ETIQUETADO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL DEL PRODUCTO



P10

Lanzado en Francia en junio de 2020, nuestro etiquetado de impacto del producto concede una puntuación de sostenibilidad a cada artículo para el cuidado del cabello de forma que ayude a los consumidores a tomar decisiones más responsables. Lo implementamos en Alemania a principios de 2021 y pronto le seguirán más países.



Hemos lanzado una serie de innovaciones más sostenibles a través de nuestra iniciativa *Green Beauty*. Envases sin plástico, botes reutilizables, envases hechos con plástico 100% reciclado, mascarillas de tejidos compostables, fórmulas de origen 96% natural, discos de limpieza reutilizables y mucho más que descubrirá aquí.

INNOVACIONES MÁS SOSTENIBLES

La transparencia es un pilar básico de nuestras iniciativas de sostenibilidad. Por ese motivo, este Informe sobre los progresos ha sido auditado por un auditor externo, DELOITTE. A lo largo de estas páginas, compartimos con vosotros las cifras y actividades relacionadas con cada área de interés.

P54

INFORME DE PROGRESO AUDITADO POR UN TERCERO INDEPENDIENTE **Deloitte.**



P16



DESDE MARZO DEL 2021

GARNIER YA OSTENTA DE FORMA OFICIAL EL SELLO DE APROBACIÓN del Programa *Leaping Bunny* de **CRUELTY FREE INTERNATIONAL**

P13

CIENCIAS Y FÓRMULAS MÁS GREEN

EN 2019

El **91%** de nuestros productos nuevos o renovados contaban con un **PERFIL AMBIENTAL O SOCIAL MEJORADO**

El **91%** de nuestras fórmulas para el cuidado del cabello tanto nuevas como renovadas (puntuación media, y al menos un 67% y hasta un 99%)

EN 2020

El **97%** de nuestros productos nuevos o renovados contaban con un **PERFIL AMBIENTAL O SOCIAL MEJORADO**

El **85%** de nuestros ingredientes de origen biológico se **OBTIENEN DE FORMA SOSTENIBLE**

El **65%** de nuestras fórmulas nuevas están elaboradas con **INGREDIENTES DE ORIGEN BIOLÓGICO**

un **90%** de **BIODEGRADABILIDAD *** en nuestras fórmulas para el cuidado del cabello tanto nuevas como

El **99%** de nuestros ingredientes son **VEGANOS** No contiene ingredientes de origen animal

P17

MÁS ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

EN 2019

670 COMUNIDADES en todo el mundo recibieron ayuda como parte de nuestro programa *Solidarity Sourcing* para ingredientes

EN 2020

787 COMUNIDADES en todo el mundo recibieron ayuda como parte de nuestro programa *Solidarity Sourcing* para ingredientes

P46

PARA 2025

El **75%** de los ingredientes de nuestros productos nuevos o renovados para el cuidado de la piel serán **DE ORIGEN BIOLÓGICO, DERIVADO DE ABUNDANTES MINERALES O DE PROCESOS CIRCULARES**

MÁS MATERIALES RECICLADOS Y RECICLABLES

EN 2019

3670 TONELADAS de plástico virgen ahorrado gracias al uso de plástico reciclado, 9,8% de nuestro consumo anual de plástico

Desde 2019, el **100%** del papel y cartón que utilizamos en los folletos de nuestros productos y cajas plegables se han fabricado con material procedente de bosques gestionados de forma sostenible como **FSC***, o material reciclado

EN 2020

9019 TONELADAS** de plástico virgen ahorrado gracias al uso de plástico reciclado, 21,1% de nuestro consumo anual de plástico

El **54%** de nuestro plástico PET procede de **MATERIALES RECICLADOS**

P26

PARA 2025

Utilizaremos **0 PLÁSTICO VIRGEN** en nuestros productos y envases, lo que supone un ahorro de más de 40 000 toneladas de plástico virgen al año

Todos nuestros envases de plástico serán **REUTILIZABLES, RECICLABLES O COMPOSTABLES**

MÁS ENERGÍAS RENOVABLES

EN 2020

Reducción del **69%** en las **EMISIONES DE CO2** de nuestras plantas industriales, en términos absolutos en comparación con 2005 (17 980 toneladas de CO2eq en 2020)

El **49%** de las plantas industriales que fabrican productos de Garnier **SON NEUTRAS EN CARBONO** Es decir, 7 plantas más en 2020 que en 2019

61% de la **ENERGÍA** utilizada en nuestras plantas industriales procede de fuentes **RENOVABLES**

P40

El **18%** de las plantas que fabrican productos de Garnier son **«FÁBRICAS WATERLOOP»** Es decir, 1 planta más en 2020 que en 2019

Reducción del **53%** en el **CONSUMO DE AGUA** de nuestras plantas industriales en comparación con 2005 (0,37 litros por producto acabado en 2020)

PARA 2025

El **100%** de nuestras plantas industriales será **NEUTRAL EN CARBONO** y solo utilizará **ENERGÍA RENOVABLE**

✓ Información auditada, véase más detalles en la p. 54.

*Según test OECD 301 o equivalentes.

**Basado en nuestro consumo de plástico de 2020.

Para obtener más información sobre esas cifras, consulte la p54.

TODOS LOS CHAMPÚS Y ACONDICIONADORES GARNIER PARA EL CUIDADO DEL CABELLO EN EE. UU. CUENTAN YA CON LA CERTIFICACIÓN CRADLE TO CRADLE



En 2021, tras alcanzar el nivel PLATA en la certificación *Cradle to Cradle Certified*® (Versión 3.1) dimos otro paso más en nuestro viaje hacia una mayor sostenibilidad con nuestros champús y acondicionadores Fructis y Original Remedies. Garnier es la primera marca del mercado internacional en conseguir esta certificación para este volumen de productos.

El estándar *Cradle to Cradle Certified*™ es uno de los más fiables para medir la sostenibilidad de los productos, ya que se basa en la ciencia y en múltiples atributos. En 2018, Garnier EE. UU. progresó de forma significativa en su viaje hacia la sostenibilidad, convirtiéndose en la primera marca de cuidado de la piel del mercado de gran consumo en conseguir la certificación *Cradle to Cradle* en cinco de sus productos SkinActive. Ahora, toda el catálogo de champús y acondicionadores de Garnier en EE. UU. (más de 100 productos) cuenta con la certificación del Instituto de Innovación de Productos *Cradle to Cradle*.

Al establecer requisitos científicos y reconocidos a nivel mundial para el envasado, los ingredientes, la circularidad de los productos, la protección del aire limpio y el medioambiente, la gestión del agua y la tierra y la justicia social, el certificado *Cradle to Cradle* está perfectamente alineado con la misión de Garnier hacia un desarrollo de productos más sostenible.

«El que Garnier haya conseguido la certificación *Cradle to Cradle* convierte a la marca en líder de la industria por su oferta de productos de belleza circulares y fabricados de manera responsable y, lo que es igualmente importante, accesibles para los consumidores en general».

Dr Christina Raab,
Vicepresidenta de estrategia y desarrollo -
Instituto de Innovación de Productos *Cradle to Cradle*



Dr Christina Raab,
Vicepresidenta de estrategia y desarrollo - Instituto de Innovación de Productos *Cradle to Cradle*

UN BREVE RESUMEN DEL INSTITUTO DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS CRADLE TO CRADLE

¿QUÉ SIGNIFICA NIVEL PLATA?

Dado que la certificación *Cradle to Cradle* incorpora el concepto de mejora continua, a cada una de las cinco categorías estándar se le asigna un nivel de cumplimiento de los objetivos, entre ellas, Bronce, Plata, Oro y Platino. El nivel mínimo para cumplir los objetivos en cualquiera de las cinco categorías determina en última instancia el nivel de certificación final.

El estándar anima a hacer mejoras cuantificables a lo largo del tiempo y otorga un certificado según niveles ascendentes de logro, el cual se renueva cada dos años.

¿CUÁLES SON SUS REFLEXIONES SOBRE EL VIAJE DE GARNIER HACIA LA CERTIFICACIÓN?

El viaje de Garnier hacia la certificación destaca por su enfoque sistemático y a gran escala. La marca está aprovechando muy bien el estándar de producto *Cradle to Cradle Certified*™ como solución integral de un solo estándar, que se alinea con sus compromisos y estrategia de *Green Beauty* de manera holística y además muestra al consumidor un progreso verificado. El que Garnier haya conseguido ampliar la certificación de productos individuales de SkinActive a toda su gama de champús y acondicionadores Fructis y Original Remedies es especialmente significativo. Para conseguirlo, la empresa ha hecho partícipe a todas las partes interesadas y pertinentes de las áreas internas de Investigación e Innovación, operaciones, *marketing* y proveedores externos para optimizar el desarrollo de productos y las operaciones de fabricación.

LAS 5 CATEGORÍAS DE LA CERTIFICACIÓN CRADLE TO CRADLE

Para lograr la certificación *Cradle to Cradle*, un producto debe responder a los criterios establecidos en el *Cradle to Cradle Certified Product Standard*, el cual requiere que los productos sean evaluados en su desempeño social y medioambiental en relación a cinco categorías críticas de sostenibilidad:



Impacto de los materiales

La categoría de salud de los materiales ayuda a garantizar que diseñadores y desarrolladores de productos líderes elaboren sus productos con ingredientes y envases seguros para el medio ambiente, siguiendo un proceso de inventario, evaluación y optimización.

Circularidad de los productos

(anteriormente Reutilización de materiales)
La categoría de circularidad de los productos tiene como objetivo eliminar el concepto de desperdicio ayudando a garantizar que los productos permanezcan en ciclos perpetuos de uso y reutilización. Nuestros productos tienen una puntuación de reutilización de materiales ≥ 50 .



Protección del aire y el clima

(anteriormente Energía renovable y gestión del carbono)
Esta categoría ayuda a garantizar que los productos se fabriquen con energía renovable para reducir el volumen de emisiones de gases de efecto invernadero relacionados con la fabricación de los productos.



Gestión del agua y la tierra

(anteriormente Gestión del agua)
Esta categoría ayuda a garantizar que el agua sea reconocida como un recurso valioso, que las cuencas hidrográficas estén protegidas y que las personas y todos los demás organismos puedan disponer de agua limpia.



Justicia social

Su objetivo es diseñar operaciones comerciales que respeten a todas las personas y sistemas naturales que se vean afectados por la fabricación de un producto.

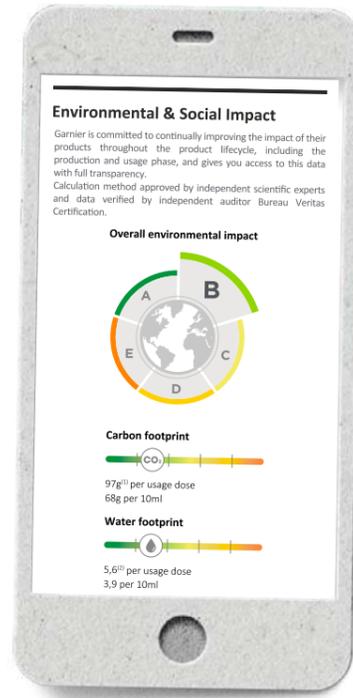
EL ETIQUETADO DE IMPACTO MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL DE NUESTROS PRODUCTOS AYUDARÁ A LOS CONSUMIDORES A TOMAR DECISIONES MÁS RESPONSABLES

Lanzado en Francia en junio de 2020 y en Alemania en febrero de 2021, el etiquetado de impacto medioambiental y social de nuestros productos concede una puntuación de sostenibilidad a cada artículo para el cuidado del cabello, de forma que ayude a los consumidores a tomar decisiones más responsables. Lo implantaremos en más países en los próximos meses.

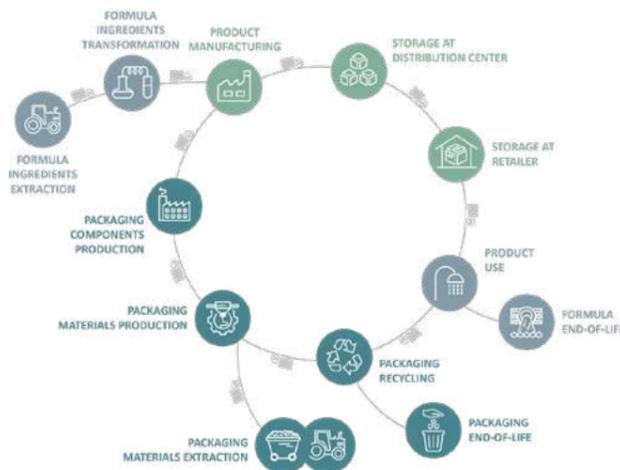
Garnier fue pionera en transparencia cuando en 2017 comenzó a indicar el origen de sus ingredientes en el etiquetado de los productos. En junio de 2020, y a raíz de esta iniciativa, Garnier lanzó un etiquetado de impacto medioambiental y social de sus productos. El objetivo de la compañía con esta iniciativa es ayudar a los consumidores a tomar decisiones de consumo más responsables. El nuevo etiquetado ofrece información completa y transparente sobre el impacto ambiental y social de los productos Garnier. Dependiendo de su impacto global, cada producto se clasifica comparándolo con otros productos del Grupo L'Oréal de la misma categoría, utilizando una escala de la A a la E, siendo los etiquetados con la «A» los mejores para el planeta.

Desarrollada en estrecha colaboración con científicos y expertos independientes, esta metodología para evaluar el impacto es única en la industria de la belleza. Está alineada con los estándares europeos de huella ambiental y el concepto de límites planetarios, que definen las condiciones climáticas y medioambientales que deben conservarse para obtener un espacio seguro para la humanidad en el futuro.

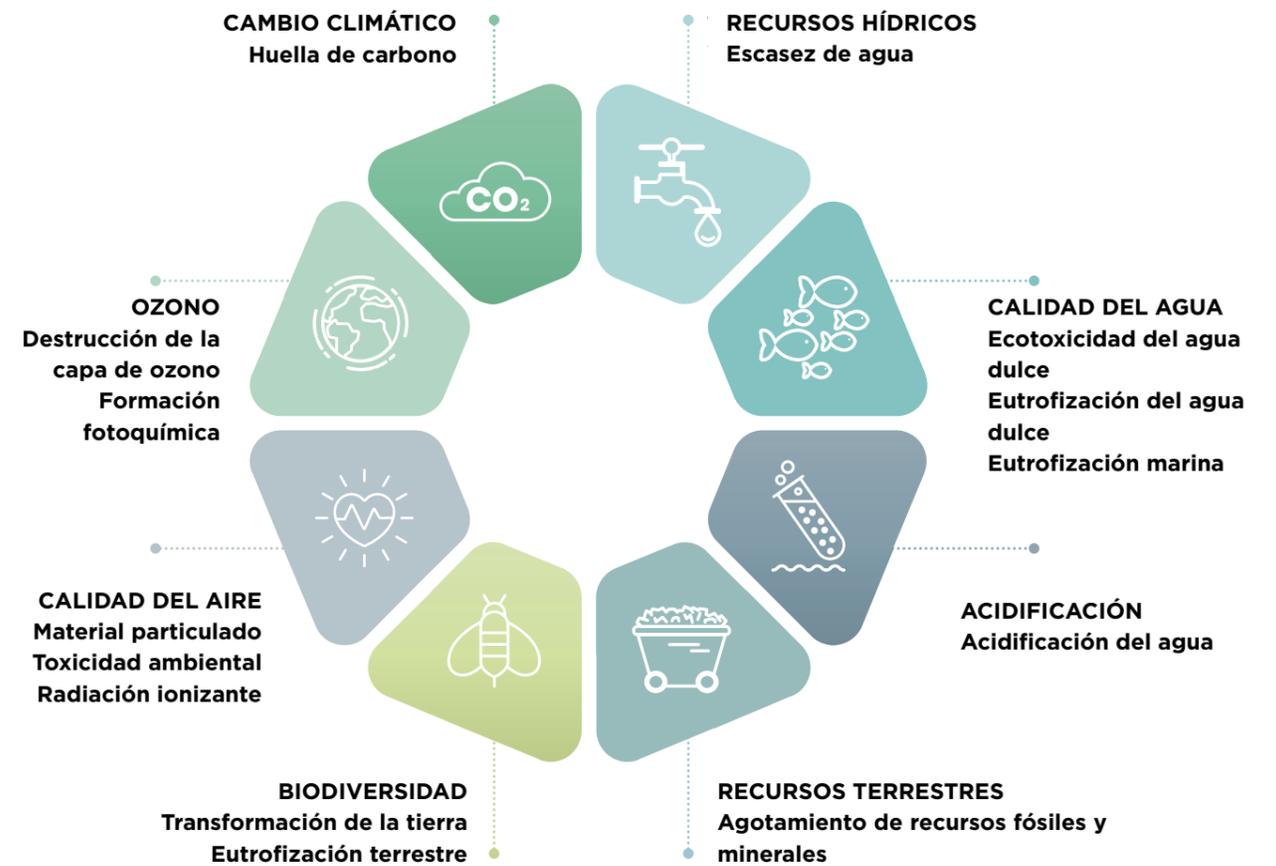
Durante los últimos años, se ha evaluado el impacto de miles de productos de belleza a lo largo de su ciclo de vida, incluyendo el abastecimiento de ingredientes, el envasado y la fabricación, el impacto durante su uso y el reciclaje. A raíz de su lanzamiento en productos para el cuidado del cabello en Francia en junio de 2020 y en Alemania en febrero de 2021, hemos comprobado una sólida participación de los usuarios: los consumidores que interactuaron en nuestras páginas de productos Garnier con el etiquetado de impacto medioambiental y social del producto pasaron un 34% más de tiempo en la página, en comparación con el tiempo promedio que solían pasar antes del lanzamiento. En los próximos meses lo implementaremos en más países y categorías de productos.



> «Impacto ambiental y social» disponible en línea en las páginas de cada producto de cuidado del cabello (Francia y Alemania)



> La puntuación cubre todos los aspectos de la vida útil de un producto, incluido abastecimiento, fabricación, transporte y uso.



> La puntuación tiene en cuenta 14 factores ambientales.



UN MÉTODO INDEPENDIENTE Y OBJETIVO

La metodología subyacente a este sistema de etiquetado la desarrolló el Grupo L'Oréal en colaboración con **11 científicos y expertos internacionales e independientes** (entre 2014 y 2016). Además, **cuatro expertos independientes** llevaron a cabo la revisión externa de la metodología y el etiquetado en **enero de 2020**.

El auditor independiente **Bureau Veritas** verificó la aplicación de la **metodología y la exactitud de los datos**. Como resultado, emitió un informe de auditoría positivo sobre nuestros métodos de cálculo y política de etiquetado.

Nuestra **metodología respeta las recomendaciones** de la Comisión Europea sobre **comportamiento medioambiental de los productos (PEF)**.

APROBADO POR
CRUELTY FREE
INTERNATIONAL

Bajo el programa *Leaping Bunny*



 APROBADO POR CRUELTY FREE INTERNATIONAL

GARNIER CUENTA CON LA APROBACIÓN OFICIAL DE CRUELTY FREE INTERNATIONAL

Garnier ha recibido para todos sus productos a nivel mundial el sello de aprobación del Programa *Leaping Bunny* de *Cruelty Free International*, la organización líder que trabaja para acabar con las pruebas en animales a nivel mundial y por un modelo de excelencia contra el maltrato animal.



Garnier es una de las marcas más grandes e internacionales a las que *Cruelty Free International* ha incluido en el marco del programa *Leaping Bunny*. Este es un paso importante, no solo para Garnier, sino para la industria de la belleza en general.



«Garnier es una marca internacional que todos conocemos. Trabajar con esta empresa para ayudar a acabar con las pruebas de cosméticos en animales y declararlos oficialmente aprobados en el marco del Programa Leaping Bunny de Cruelty Free International es un verdadero hito».

Michelle Thew,
CEO de Cruelty Free International

Leaping Bunny requiere que las marcas investiguen de forma minuciosa la cadena completa de suministro, incluidas todas las materias primas e ingredientes, para comprobar si se ha realizado algún tipo de experimento con animales. La aprobación debe concederse a todos los productos finales de una marca. Los productos o artículos individuales no pueden aprobarse de forma aislada.

Para Garnier, este reto consistía en conseguir una declaración de más de 500 proveedores, que suministrarán más de 3000 ingredientes diferentes en todo el mundo. Durante muchos meses, Garnier y Cruelty Free International colaboraron para conseguir esta evidencia y garantizar que todos los productos de la cartera global de Garnier pudieran incluir de forma oficial el logotipo de Cruelty Free International de Leaping Bunny, la señal contra el maltrato animal reconocido a nivel mundial. Este exigente proceso garantiza que los consumidores puedan adquirir los productos Garnier con total confianza, sabiendo que cumplen con los estrictos criterios de Leaping Bunny.

«El compromiso de Garnier con un mundo en contra de los experimentos con animales se remonta a 1989. Conseguir la aprobación oficial de Cruelty Free International bajo el programa Leaping Bunny es un gran logro y siempre fue un elemento clave de nuestra misión Green Beauty. Este es un paso más que Garnier da para convertirse en una marca realmente sostenible y transparente que ofrece Green Beauty a todo el mundo»

Adrien Koskas,
Presidente de la marca Garnier a nivel mundial



Aurélie WEINLING
Directora de Científico y de sostenibilidad internacional de Garnier

ENTREVISTA A AURÉLIE WEINLING

¿POR QUÉ NO HA RECIBIDO GARNIER LA APROBACIÓN DE CRUELTY FREE INTERNACIONAL HASTA AHORA?

El compromiso de Garnier con un mundo en contra de los experimentos con animales se remonta a 1989, pero hoy somos conscientes de que debemos avanzar más. Por esto hemos decidido trabajar codo con codo con Cruelty Free International para conseguir esta aprobación de referencia y garantizar a nuestros consumidores de todo el mundo que cumplimos con el programa Leaping Bunny.

Garnier es una marca que está experimentando una transformación real, que va desde la mejora de nuestro impacto ambiental hasta la aprobación oficial de Leaping Bunny.

Queremos dar todos los pasos necesarios para convertirnos en una marca realmente sostenible.

¿CÓMO HA CONSEGUIDO LA APROBACIÓN?

Para conseguir la aprobación de Leaping Bunny, la marca debe reunir evidencias de cada proveedor, que luego serán auditadas de forma regular.

Así que nos pusimos en contacto con nuestros más de 500 proveedores para conseguir una declaración en la que se abarcaba más de 3000 ingredientes de todo el mundo.

Iniciamos el proceso hace dos años y durante meses trabajamos codo con codo con Cruelty Free International para reunir esta información de forma que todos los productos de la cartera global de Garnier pudieran llevar de forma oficial el logotipo de Cruelty Free International Leaping Bunny, la marca contra el maltrato animal reconocida a nivel mundial.

¿CÓMO SE ASEGURA DE QUE SUS PROVEEDORES NO REALIZAN PRUEBAS EN ANIMALES?

Cada proveedor debe proporcionarnos información detallada sobre cada ingrediente y materia prima. Luego, con la ayuda de Cruelty Free International, nos aseguramos de que todo cumpla con su programa Leaping Bunny.

¿ESTO ES PARA SIEMPRE O HABRÁ MÁS AUDITORÍAS EN EL FUTURO?

Conservar el logotipo de Leaping Bunny requiere pasar por un proceso exigente, con auditorías periódicas cada dos o tres años. Cada año nos ponemos en contacto con todos nuestros proveedores para asegurarnos de que siguen cumpliendo estos requisitos.

¿QUÉ IMPLICA ESTO PARA GARNIER?

Comprometernos con un mundo en el que no se realicen experimentos en animales forma parte del ADN de Garnier y es uno de los compromisos más antiguos de la marca.

Tenemos un compromiso firme con la protección animal y esta colaboración con Cruelty Free International es un gran paso que nos permite avanzar aún más hacia el bienestar animal. Hemos incluido y hecho partícipes a todos nuestros proveedores en este viaje. Dada la cantidad de ingredientes cosméticos que utilizamos a nivel mundial, supondrá un gran impacto en la industria de la belleza.

CIENCIAS Y FÓRMULAS MÁS GREEN

EN 2019

Un **91%** de nuestros productos nuevos o renovados tiene un **PERFIL DE MEJORA SOCIAL O MEDIOAMBIENTAL**.

Un **91%** de nuestras fórmulas para el cuidado del cabello, tanto nuevas como renovadas (puntuación media. Al menos un 67% y hasta un 99%

EN 2020

El **97%** de nuestros productos nuevos o renovados contaban con un **PERFIL AMBIENTAL O SOCIAL MEJORADO**.

El **85%** de nuestros ingredientes de origen biológico se **OBTIENEN DE FORMA SOSTENIBLE**.

El **65%** de nuestras fórmulas nuevas están elaboradas con **INGREDIENTES DE ORIGEN BIOLÓGICO**.

El **90%** de **BIODEGRADABILIDAD*** en nuestras fórmulas para el cuidado del cabello, tanto nuevas como renovadas.

El **99%** de nuestros ingredientes son **VEGANOS**. No contiene ingredientes de origen animal.

PARA 2025

EL **75%** de los ingredientes de nuestros productos nuevos o renovados para el cuidado de la piel serán

DE ORIGEN BIOLÓGICO, DERIVADO DE MINERALES ABUNDANTES O DE PROCESOS CIRCULARES

HACIA CIENCIAS Y FÓRMULAS MÁS GREEN

Garnier está profundamente vinculada a la naturaleza y cree firmemente en la ciencia *green*: el más alto rendimiento de la naturaleza con el impulso de la ciencia y respetando el medio ambiente.

Cómo estamos adoptando medidas en nuestras cinco áreas prioritarias



MÁS INGREDIENTES ACTIVOS PROCEDENTES DE CIENCIAS GREEN

Garnier opta por ingredientes activos derivados de la ciencia *green* para crear fórmulas de alto rendimiento para el cabello y la piel, respetuosas con el medio ambiente. En los productos que lanzamos en 2020, incorporamos dos ingredientes fundamentales, la Vitamina Cg y el ácido hialurónico, fruto de biotecnologías.



MÁS RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE

Los laboratorios de Garnier están centrados en mejorar el perfil ambiental de nuestros productos, concretamente la biodegradabilidad de nuestras fórmulas. También prueban nuestras fórmulas de protección solar en condiciones controladas de laboratorio, con el fin de garantizar que no dañen la vida marina.

MÁS INGREDIENTES DE ORIGEN NATURAL Y BIOLÓGICO

Garnier prioriza los ingredientes de origen natural y biológico en los nuevos productos que lanza. Desde 2016, la compañía está comprometida a mejorar de forma continua su cartera, por lo que cada vez más fórmulas están elaboradas con un mínimo del 96% de ingredientes de origen natural, como toda la gama Fructis Hair Food. A fin de ayudar a conservar los recursos naturales, para 2022 todos nuestros ingredientes de origen biológico se obtendrán de forma sostenible.



MÁS INNOVACIÓN PARA REDUCIR EL CONSUMO DE AGUA

Garnier prioriza los productos que contribuyan a reducir el consumo de agua, sea evitando la necesidad de aclarar el producto o mediante el desarrollo de fórmulas secas.

VEGAN MÁS FÓRMULAS VEGANAS

Garnier se compromete a desarrollar fórmulas veganas sin ingredientes o subproductos de origen animal.

MÁS INGREDIENTES ACTIVOS PROCEDENTES DE CIENCIAS GREEN



La Ciencia *Green* ofrece un enfoque global para mejorar el perfil de los productos, cubriendo todos los aspectos desde el crecimiento de los cultivos (Cultivo *Green*) hasta formas innovadoras y respetuosas con el medio ambiente de procesar las materias primas (Transformación *Green*) o la formulación de productos de alto rendimiento, seguros y sostenibles (Formulación *Green*). El ácido hialurónico y la vitamina Cg son los ingredientes fundamentales de los nuevos productos que lanzamos en 2020 y dos ejemplos perfectos del poder de la CIENCIA *GREEN*.

NUESTRO ÁCIDO HIALURÓNICO Y VITAMINA CG, POTENCIADOS POR LA CIENCIA GREEN

El ácido hialurónico es un polímero que está presente de forma natural en el cuerpo humano. Sus propiedades son ampliamente reconocidas, ya que puede retener hasta 1000 veces su peso en agua y ayudar a mejorar la hidratación y elasticidad de la piel.

La vitamina Cg es una vitamina C protegida por una molécula de glucosa, que aporta estabilidad en presencia de factores externos como el clima. Tiene propiedades iluminadoras y antioxidantes para la piel.

CULTIVO GREEN

El ácido hialurónico y la vitamina Cg tienen orígenes naturales y se obtienen de plantas renovables cultivadas de forma sostenible.

TRANSFORMACIÓN GREEN

Ambos ingredientes se obtienen mediante un proceso ecológico fruto de la biotecnología. Con la biofermentación transformamos la glucosa del trigo en ácido hialurónico, utilizando un determinado tipo de bacterias. La vitamina Cg se obtiene de la patata o el maíz a través de un proceso de biotransformación mediante enzimas. El proceso incluye síntesis química que respeta los principios de la Química *Green*.



> Ingredientes derivados de plantas > Bacterias actuando como microfábrica durante la fermentación > Ingredientes activos

DATO CURIOSO

La estructura química del ácido hialurónico producido mediante biotecnología es idéntica a la endógena de las células cutáneas. Además, el proceso del ácido hialurónico imita un fenómeno natural, ya que algunos tipos de bacterias son capaces de producir ácido hialurónico como mecanismo de defensa en casos de estrés.

En cuanto entra en contacto con la piel, la vitamina Cg se convierte en vitamina C pura mediante la hidrólisis activada por una enzima cutánea.

¿QUÉ SIGNIFICA BIOTECNOLOGÍA?

La biotecnología se define como el uso de sistemas biológicos u organismos vivos para desarrollar o crear diferentes productos. La elaboración de pan es un buen ejemplo de los procesos que se engloban en el concepto de biotecnología, ya que utiliza levadura, un organismo vivo, para la obtención del producto final.

¿QUÉ SIGNIFICA QUÍMICA GREEN?

La química *green* aprovecha la ciencia para diseñar productos y procesos que reducen o eliminan el uso o la generación de sustancias peligrosas para los seres humanos, los animales, las plantas o el medio ambiente.

EN 2020

El **65%** de nuestras fórmulas nuevas están elaboradas con **INGREDIENTES DE ORIGEN BIOLÓGICO**

Un **80%** de nuestras fórmulas nuevas de aclarado para el cuidado del cabello están elaboradas con **INGREDIENTES DE ORIGEN BIOLÓGICO**

MÁS INGREDIENTES DE ORIGEN NATURAL Y BIOLÓGICO



Como parte de nuestro compromiso de dar prioridad al uso de formulaciones y transformaciones *green*, seguimos desarrollando más fórmulas con un alto nivel de ingredientes de origen renovable, biológico o natural.

Garnier lleva desde 2016 mejorando de forma continua el número de productos nuevos en los que al menos un 96% de sus ingredientes son de origen natural y se ha comprometido a seguir ampliando su catálogo, aprovechando las innovaciones y avances tecnológicos que hacen frente a las necesidades del cabello o la piel desde una perspectiva natural.



CHAMPÚS SÓLIDOS ORIGINAL REMEDIES

En 2020, Garnier lanzó sus primeros champús sólidos elaborados con un 94% de ingredientes de origen natural.



JABÓN DE CARBÓN PURE ACTIVE

Para continuar siendo pioneros en innovaciones sostenibles, Garnier ha lanzado su primera pastilla de jabón con carbón vegetal, un limpiador sólido formulado para tratar las imperfecciones de la piel de la cara y el cuerpo y con el menor impacto ambiental posible.

- Elaborado con un 96% de ingredientes de origen natural;
- Formato pequeño y concentrado para ahorrar emisiones de CO2 relacionadas con el transporte: una pastilla de jabón dura hasta 42 lavados*



FRUCTIS HAIR FOOD**

En 2020 lanzamos una colección completa de champús y acondicionadores con fórmulas que utilizaban hasta un 98% de ingredientes de origen natural.

Este año ha llegado una nueva variedad para el cabello apagado y falto de vida para completar la familia. Elaborada con sandía y con al menos un 96% de ingredientes de origen natural.

¿QUÉ ES UN INGREDIENTE DE ORIGEN BIOLÓGICO?

Nuestras materias primas de origen biológico son ingredientes renovables que se regeneran de forma constante en ciclos relativamente cortos, desde unos pocos días hasta varias décadas.

¿QUÉ ES UN INGREDIENTE DE ORIGEN NATURAL?

Los ingredientes de origen natural provienen de plantas, minerales o microorganismos. Para obtenerlos no sufren transformaciones o solo ligeras, mediante procesos *eco-friendly* que cumplen con los principios de la Química *Green*.

*Basado en una aplicación diaria en rostro, cuello, parte superior de la espalda y hombros.

**TRATAMIENTOS PARA EL CABELLO en EE. UU.

EN 2020

El **85%** de nuestros ingredientes de origen biológico se **OBTIENE DE FORMA SOSTENIBLE**

PARA 2022

Todos nuestros ingredientes de origen biológico se **OBTENDRÁN DE FORMA SOSTENIBLE**

HACIA UN ABASTECIMIENTO 100% SOSTENIBLE DE NUESTROS INGREDIENTES BIOLÓGICOS

Desde 2008, Garnier está comprometida con el programa de abastecimiento sostenible, cuyo objetivo es seguir incorporando más ingredientes renovables.

Para consolidar nuestra labor seguimos implementando una política de abastecimiento sostenible de materias primas de origen biológico, con la experiencia y asesoramiento de la ONG Rainforest Alliance.

En primer lugar, nuestro enfoque se basa en conocer el origen de la planta y el país en el que crece para, de esta forma, ayudar a garantizar la trazabilidad de las materias primas.

A continuación, evaluamos los riesgos sociales y ambientales vinculados potencialmente a su producción y centramos nuestra labor de abastecimiento sostenible en solventarlos. Una vez identificados los riesgos posibles, evaluamos si se respetan estos cinco aspectos clave y tomamos medidas para impulsar mejoras si fuera preciso:

- Las condiciones de trabajo deben ser dignas y seguras en toda la cadena de suministro, conforme a los derechos humanos y los principios establecidos por la Organización Internacional del Trabajo.

- Se comprueba que haya igualdad de oportunidades, que no exista la discriminación entre productores y se fomenta el empoderamiento de la mujer.
- El programa de abastecimiento debe contribuir a mejorar los medios de vida de los productores mediante el empoderamiento económico a través de relaciones comerciales justas.
- La biodiversidad se conserva siguiendo prácticas agrícolas y de cosecha sostenibles que protegen los ecosistemas, en especial los relacionados con la tierra, el agua y los bosques.
- Adoptamos medidas para frenar el avance del cambio climático y proteger los cultivos, al tiempo que reducimos las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con la agricultura.
- Todo este proceso lo verifica un ente externo independiente, con el fin de medir el impacto positivo de los programas en las personas y el medio ambiente de manera precisa y real.

NUESTROS 5 PILARES DE ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE



AGUACATE DE TANZANIA OBTENIDO DE FORMA SOSTENIBLE



COMPROMETIDOS CON LAS PRÁCTICAS DE CULTIVO SOSTENIBLE

Sin necesidad de riego

Certificado orgánico

Sin pesticidas o herbicidas

Poda una vez al año después de la cosecha

Mezcla de cal y estiércol una vez al año en agosto

Suplementación con aguacates reciclados

- El aceite de aguacate es muy rico en ácido oleico y grasas monoinsaturadas, lo que lo convierte en uno de los pocos capaces de penetrar en el núcleo del cabello e hidratarlo, en lugar de limitarse a recubrirlo. Garnier ha incorporado un suministro sostenible de aceite de aguacate de Tanzania para nuestros productos de cuidado y color del cabello.
- El cultivo de aguacate ha aumentado de forma significativa en los últimos años, generando problemas ambientales y sociales como el empobrecimiento de los suelos, la deforestación y la escasez de agua. Por estos motivos, hemos optado por los aguacates certificados por *Fair for Life* cultivados en Tanzania. En total, colaboran con nuestro proveedor 3.000 agricultores que poseen entre 15 y 800 árboles de aguacate por finca. Los aguacates se recolectan entre julio y septiembre, produciendo cada árbol 50 a 300 kg de fruta. Nuestro proveedor utiliza solo los aguacates que no se venden para consumo. Los aguacates se limpian, ablandan, separan y decantan para conseguir un aceite de alta calidad.
- Al decidir trabajar directamente con un proveedor local comprometido y comprar aceite de aguacate certificado por *Fair for Life*, Garnier apoya las prácticas agrícolas sostenibles y los precios justos para los agricultores puesto que:
 - Prevenimos el gasto innecesario y proporcionamos una nueva fuente de ingresos, ya que previamente los agricultores no vendían estos aguacates, sino que los utilizaban para alimentar a su ganado.
 - Tenemos un compromiso a largo plazo con los volúmenes que compramos, lo que también ayuda a las familias a pagar la matrícula del colegio y la atención sanitaria. También pagamos la cosecha por adelantado, para ayudar a las familias a satisfacer sus necesidades.
 - Fomentamos las prácticas agroforestales, impartiendo cursos de perfeccionamiento en poda y gestión del estiércol. Asimismo, nuestro proveedor también facilita a los agricultores variedades específicas de árboles más resistentes a las enfermedades y que además ofrecen mejores cosechas.

DATO CURIOSO

Fair for Life es un programa de certificación para el comercio justo en agricultura, fabricación y comercio. Lo creó *Swiss Bio-Foundation* en 2006 en cooperación con el Grupo IMO y lo absorbió el Grupo Ecocert en 2014.

La etiqueta fomenta la resiliencia en cada etapa de la cadena de suministro mediante prácticas comerciales, sociales y ambientales responsables y relaciones comerciales a largo plazo.



EN 2019

91% de **BIODEGRADABILIDAD*** en nuestras fórmulas para el cuidado del cabello tanto nuevas como renovadas (puntuación media. Al menos un 67% y hasta un 99%)

EN 2020

Un **98%** de **BIODEGRADABILIDAD*** en todas nuestras fórmulas de limpiadores faciales

Un **90%** de **BIODEGRADABILIDAD*** en nuestras fórmulas para el cuidado del cabello, tanto nuevas como renovadas

MÁS FÓRMULAS RESPETUOSAS CON EL MEDIO AMBIENTE



Los laboratorios de Garnier están centrados en mejorar el perfil ambiental de nuestros productos a través de la mejora de la biodegradabilidad de las fórmulas, es decir, la capacidad de las moléculas orgánicas para descomponerse rápida y completamente a través de microorganismos.



CHAMPÚ ORIGINAL REMEDIES SIN SULFATOS Y BIODEGRADABLES EN AL MENOS UN 96%

La biodegradabilidad es una de las principales prioridades en el desarrollo de nuestras fórmulas con aclarado. Por ejemplo, las nuevas fórmulas de

champú sin sulfatos ni siliconas de Original Remedies tienen un nivel de biodegradabilidad del 96 al 97%. *

NUESTRAS TISSU MASKS AHORA SON COMPOSTABLES**



Otro de nuestros compromisos fue dar un paso hacia la belleza compostable y así lo hicimos con el lanzamiento en 2020 de las mascarillas de tejido que se pueden compostar en casa. Las mascarillas de tejidos convencionales no se pueden reciclar y, por lo general, acaban en los vertederos o se incineran tras su uso, contaminando el medio ambiente. Por el contrario,

nuestras nuevas mascarillas compostables ofrecen una alternativa más respetuosa con el medio ambiente y, hoy, hay más personas que nunca que compostan sus residuos en sus casas.

Las **TISSU MASKS HYDRA BOMB** y **PURE CHARCOAL** recibieron la **certificación de compostabilidad**** de TÜV AUSTRIA, un organismo de reconocido prestigio que acredita productos biodegradables a nivel internacional en base a diez pruebas realizadas por OWS, un experto en gestión de residuos.



LECHES ECODISEÑADAS DE DELIAL

En Garnier nos hemos comprometido a evaluar durante más de 15 años el impacto que tienen nuestras fórmulas en el medio ambiente y trabajamos sin descanso para reducir la huella de nuestros productos en el medio acuático.

Hoy, con el lanzamiento de las cremas solares de alta protección de factor 30 y 50 de diseño ecológico damos un paso más allá. Se trata de nuestros primeros productos creados de forma conjunta con *Ocean Observancy*. Las leches de ecodiseñadas tienen base biodegradable en un 94%* y han demostrado ser más respetuosas con la vida marina, según pruebas de laboratorio

DATO CURIOSO

El compostaje doméstico es una forma de hacer que los materiales biodegradables de los residuos se descompongan y conviertan en compost. Con los niveles adecuados de temperatura, humedad, luz y aire los microorganismos transforman los materiales en compost.

*Según test OECD 301 o equivalentes.

**Los productos relacionados son compostables solo en condiciones de compostaje doméstico. De lo contrario, deben desecharse en los contenedores para residuos generales. Factor 30: 94% de base biodegradable sin filtros UV/80% biodegradable con filtros UV. Factor 50: 94% de base biodegradable sin filtros UV/71% biodegradable con filtros UV.

MÁS INNOVACIONES PARA AYUDAR A REDUCIR EL CONSUMO DE AGUA



Garnier propone cada vez más alternativas innovadoras para reducir el consumo de agua, uno de los principales impactos de nuestros productos en el medio ambiente.

En 2020, lanzamos iniciativas que ayudan a reducir el consumo del agua a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos.



CHAMPÚ SÓLIDOS DE ORIGINAL REMEDIES

Estos champús tienen un diseño ecológico para generar un menor impacto ambiental. Su fórmula es sólida y de rápido aclarado, lo que acorta el tiempo de lavado en comparación con el champú convencional. Además, su envase sin no contiene plásticos.

A través de un análisis del ciclo de vida hicimos una comparación entre los impactos ambientales que tiene un champú sólido de 60g y un champú líquido estándar de 250ml. Los resultados demostraron que la huella hídrica se había reducido un 25%, lo que implica que el volumen de agua utilizada en cada etapa se redujo (desde el cultivo de materias primas o extracción hasta la fabricación, uso y final de vida), contribuyendo a la conservación de los recursos hídricos en las regiones afectadas.



DISCOS DESMAQUILLANTES REUTILIZABLES ECO-PADS CON AGUA MICELAR

Con cada aplicación de Agua Micelar se necesitan de dos a tres discos de algodón para retirar el maquillaje. Una de las principales consecuencias ambientales en relación con el uso de algodones se encuentra en la producción de la materia prima, que requiere un consumo de agua muy elevado.

A fin de ayudar a reducir el impacto medioambiental de este gesto que muchas personas realizan a diario, Garnier ha lanzado los discos desmaquillantes reutilizables Eco-pads, diseñados para eliminar el maquillaje de manera eficiente con el Agua Micelar de Garnier.

El análisis del ciclo de vida del producto dejó patente que los Eco-pads de Garnier eran más sostenibles que los discos de algodón de usar y tirar. Cada uno de estos requiere mucha más agua para el cultivo del algodón que el agua que se necesita para lavar el disco eco Garnier. Por lo general, los discos desmaquillantes reutilizables Eco-pads de Garnier utilizan un 95% menos de agua y generan un impacto un 85% menor en la calidad del agua dulce.

**Metodología de puntuación única PEF publicada por la Comisión Europea.

La escasez de agua es un problema mundial que avanza a pasos agigantados y que afectará cada vez a más y más personas. Los científicos estiman que para 2025, 3500 millones de personas podrían sufrir escasez de agua.* Debemos tener en cuenta los inconvenientes relacionados con este problema e innovar para desarrollar soluciones duraderas.

Usar productos que requieren aclarado a diario conlleva utilizar agua y energía para calentar el agua. Reducir el impacto de la fase de uso constituye un paso esencial para mejorar el impacto general de nuestros productos. Por ello, es vital investigar la forma de medición y realizar un seguimiento del volumen de agua utilizada durante el aclarado.



Rima RAKSHIT
Innovación e Investigación de L'Oréal, India, Directora de ciencia instrumental capilar, evaluación del rendimiento del producto



ENTREVISTA A RIMA RAKSHIT

¿CÓMO EVALÚAN EN LA COMPAÑÍA EL VOLUMEN DE AGUA UTILIZADA?

Estamos investigando diferentes metodologías en distintos centros mediante evaluaciones instrumentales y sensoriales para medir objetivamente el consumo de agua y vincularlo con las percepciones y el comportamiento de los consumidores. Esto nos ayudará a evaluar la capacidad de aclarado de las fórmulas que ofrecemos (para el cuidado y la coloración del cabello, por ejemplo) de forma que encontremos la mejor manera de optimizarlas en cuanto a su capacidad de aclarado. Así, también podremos medir el volumen de agua utilizado durante esa fase.

¿POR QUÉ ES UN PROCESO DE EVALUACIÓN SÓLIDO?

El protocolo se desarrolló teniendo en cuenta los hábitos del consumidor. Por ejemplo, algunos consumidores se fijan en el color o la claridad del agua durante el aclarado. El método desarrollado es una medida objetiva en la que, tras la aplicación del producto, el agua se recoge durante la fase de aclarado

con un caudal y tiempo controlado. Para la coloración del cabello, medimos los niveles de absorción del agua recogida a través de un espectrofotómetro UV, que cuantifica el nivel de producto que permanece en el líquido (agua de aclarado). Cuanto más traslúcida sea el agua, más rápido podrá aclararse el producto.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES RETOS A LOS QUE SE ENFRENTAN?

Nuestro principal reto es elaborar una correlación entre el análisis instrumental in vitro y los encargados de la experiencia sensorial del consumidor y adaptar la metodología en términos de caudal, tiempo y cantidad de agua para lograr una medición uniforme.

¿POR QUÉ ES ESTO IMPORTANTE PARA GARNIER?

Gracias a estas metodologías, Garnier podrá evaluar la capacidad de aclarado de nuestras fórmulas y evaluar la reducción del agua utilizada durante esta fase, con el fin de mejorar el impacto hídrico del uso de nuestros productos.

*Informe del Banco Mundial de 2019

EN 2020

Un **99%** 
de nuestros ingredientes son
VEGANOS
No contiene ingredientes de origen animal

NUESTRO COMPROMISO CON LAS FÓRMULAS VEGANAS

FÓRMULA VEGANA
sin ingredientes de origen animal

Las fórmulas veganas de Garnier lo son porque no contienen ningún ingrediente o subproducto de origen animal. Para considerarse veganas, nuestras fórmulas pasan por un riguroso proceso de aprobación en el que también participan los proveedores que producen nuestros ingredientes



Garnier está 100% comprometida con el bienestar animal. Con el fin de garantizar que no contengan ningún componente de origen animal, realizamos estudios de la composición de cada ingrediente que usamos. La mayoría de nuestras fórmulas actuales son veganas. Contamos con un programa específico para los ingredientes derivados de las abejas con el fin de garantizar que se respete su biodiversidad (véase la página 51).

MÁS MATERIALES RECICLADOS Y RECICLABLES



MÁS MATERIALES RECICLADOS Y RECICLABLES

EN 2019

3670 TONELADAS de plástico virgen ahorrado gracias al uso de plástico reciclado. 9,8% de nuestro consumo anual de plástico

Desde 2019, el **100%** del papel y cartón que utilizamos en los folletos de nuestros productos y cajas plegables se han fabricado con material procedente de bosques gestionados de forma sostenible, como **FSC®**, o material reciclado.

EN 2020

9019 TONELADAS** de plástico virgen ahorrado gracias al uso de plástico reciclado. 21,1% de nuestro consumo anual de plástico

Un **54%** de nuestro plástico PET procede de **MATERIALES RECICLADOS**

PARA 2025

Utilizaremos **CERO PLÁSTICO VIRGEN** en nuestros productos y envases, lo que supone un ahorro de más de 40000 toneladas de plástico virgen al año.

Todos nuestros envases de plástico serán **REUTILIZABLES, RECICLABLES O COMPOSTABLES**

HACIA UN MODELO CIRCULAR DE LOS ENVASES

Garnier apuesta por una política innovadora en la optimización de *packaging* que fomenta la economía circular. También vamos más allá de nuestros propios productos para combatir la contaminación plástica, incluyendo la participación en la recogida de residuos plásticos. Nuestro programa 100% científico *Plastic Stewardship* se centra en cuatro áreas clave.



© Información auditada, véase más detalles en la p. 54.
*Según test OECD 301 o equivalentes



En 2013 empezamos a medir la huella ambiental de todos nuestros productos con una herramienta interna de análisis de su ciclo de vida.

Desde entonces hemos adoptado varias medidas importantes para mejorar nuestra sostenibilidad. Este esfuerzo tomó impulso en 2020 gracias a nuestra estrategia *Green Beauty*, que fomenta el uso de envases sostenibles.

1 MEDICIÓN

En abril de 2020 identificamos y publicamos por primera vez nuestro consumo anual de plástico a nivel mundial, el cual ascendía a unas 40000 toneladas al año.

3 IDENTIFICACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE LOS RESIDUOS PLÁSTICOS

En 2020 iniciamos un estudio científico con *Quantis* y EA para comprender en qué punto del ciclo de vida de nuestros productos estábamos creando residuos plásticos.

6 ANÁLISIS DE AVANCE

Desde 2019 realizamos un seguimiento y compartimos el avance de nuestros compromisos a través de un Informe sobre los progresos anual.

2 COMPROMISO

En 2020 adoptamos nuevos compromisos:

- Para 2025 todos nuestros envases de plástico serán reutilizables, reciclables o compostables.
- Para 2025 todos nuestros productos estarán hechos sin plástico virgen.

4 REDUCCIÓN DE NUESTRO IMPACTO

Con estos hallazgos estamos desarrollando iniciativas para conseguir reducir los residuos plásticos en los países más afectados, a la vez que mejoramos la circularidad de nuestros productos.

5 INVERSIÓN MÁS ALLÁ DE NUESTRA CADENA DE VALOR

En 2020 nos asociamos con *Plastic for Change*, apoyando a las comunidades recolectoras de basura de la India y la recogida de plástico. De esta forma, se obtienen 125 toneladas cada año

REDUCIMOS LOS ENVASES DE PLÁSTICO SIEMPRE QUE ES POSIBLE



Reducir el peso y el tamaño de los envases, innovar para utilizar envases sin plástico y proponer opciones reutilizables para sustituir los formatos de un solo uso.

REEMPLAZAR

ÚNETE A LA REVOLUCIÓN DE LOS SÓLIDOS CON LOS ENVASES CERO PLÁSTICO



CHAMPÚS SÓLIDOS CON CERO RESIDUOS PLÁSTICOS

Lanzados en 2020, nuestra primera gama de champús sólidos ofrece los mismos resultados que un champú líquido. Constituyen el ejemplo perfecto de cómo la marca ha reemplazado los envases de plástico por una alternativa más sostenible.

JABÓN DE CARBÓN PURE ACTIVE

En 2021 lanzamos nuestra primera e innovadora pastilla de jabón con envase de cartón. Este formato sólido y reciclable es vital para conseguir nuestro objetivo de cero residuos plásticos*

* Con la excepción del pegamento necesario para sellar el papel.



REDISEÑAR

LOS PRIMEROS TUBOS DE CARTÓN DEL MERCADO DE GRAN CONSUMO



Como parte de la asociación entre el Grupo L'Oréal y Albéa, en 2020 lanzamos la crema en gel multi-reparadora Cannabis de Garnier Bio, la primera generación de tubos cosméticos de Garnier en incorporar cartón. Al reemplazar parte del plástico por cartón con certificación FSC® estos tubos contienen un 49% menos de plástico que los anteriores. Hemos realizado una evaluación comparativa del ciclo de vida y los resultados demuestran una reducción de la huella medioambiental y de las emisiones de CO2, en comparación con el anterior tubo de 50ml de Garnier. En 2021, llevaremos esta innovación a nuevas categorías y formatos, tanto en Europa como en EE. UU, como un tratamiento reparador sin aclarado Tesoros de Miel para Original Remedies, un protector SPF50+ en Delial y todas nuestras cremas BB Cream. También estamos trabajando en un nuevo diseño completamente reciclable para finales de 2021. ¡No lo pierdas de vista!

REUTILIZAR

LA EFICACIA Y LA SOSTENIBILIDAD SE UNEN EN LOS DISCOS DESMAQUILLANTES REUTILIZABLES ECO-PADS



En 2021 lanzamos nuestros primeros discos desmaquillantes reutilizables Eco-pads, una nueva herramienta para impulsar la sostenibilidad y la eficacia de la limpieza diaria. Por cada aplicación de Agua Mice-lar se necesitan dos o tres discos de algodón, lo que equivale a una media de 1000 discos al año por persona. Con nuestros packs de tres discos reutilizables Eco-pads en cartón de origen y producción responsables, cumplimos nuestro

compromiso de fomentar hábitos de belleza positivos y reducir el impacto de los productos de un solo uso. Estos discos duran hasta 1000 lavados, no generan residuos a diario* y eliminan el 100% del maquillaje e impurezas*. También estamos fomentando estilos de vida más sostenibles con gestos como una limpieza de manos más eficiente, que incluye agua fría y menos jabón o lavar la ropa una vez a la semana.

*En comparación con el uso diario de discos de algodón de un solo uso.

RELLENAR

RELLENAR, REUTILIZAR Y VOLVER A EMPEZAR

En 2020 renovamos nuestra ambición de que se utilicen menos envases de plástico de un solo uso, lanzando nuestros formatos ecológicos de champú Original Remedies de 500 ml. Al utilizar un 80% menos de plástico que dos botellas de un solo uso de 250 ml, el impacto medioambiental del envasado y transporte se reduce de forma considerable. Además, queremos fomentarlo con nuestros icónicos envases de Original Remedies para animar al consumidor a reutilizarlos varias veces. En 2021, nuestros formatos ecológicos también serán reciclables. Por último, nos hemos asociado con Plastic for Change para lanzar en 2021 un envase de aluminio atractivo y sostenible para animar al consumidor a que incorpore estos nuevos hábitos en su estilo de vida.



«En Garnier estamos profundamente comprometidos con la transformación del funcionamiento de la industria de la belleza y en liderar el cambio global. Con esta nueva iniciativa de rellenar no solo estamos cambiando el cuidado del cabello, sino que también estamos alentando a millones de consumidores en toda Europa a cambiar sus hábitos y dar el #OneGreenStep hacia un planeta más sostenible. Todo esto forma parte del compromiso de Garnier con la Green Beauty».

Adrien Koskas,
Presidente de la marca Garnier a nivel mundial

REDUCIR

EN 2019

optimizando nuestros envases, conseguimos ahorrar más de **592 TONELADAS DE PLÁSTICO VIRGEN**

EN 2020

optimizando nuestros envases, conseguimos ahorrar más de **486 TONELADAS DE PLÁSTICO VIRGEN**

EE.UU

Redujimos el peso de los envases de champú y acondicionador Fructis Hair Food en 2020



-0.8 TONELADAS

EUROPA

Nuestros equipos de *packaging*, diseño y marketing colaboraron para diseñar envases más ligeros, conservando su ergonomía e iconicidad. También lanzamos un OLIA MINIKIT en Europa del Este con un 52% menos de embalaje plástico



-15 TONELADAS



-30 TONELADAS



-18 TONELADAS



-13 TONELADAS



-136 TONELADAS

LATINOAMÉRICA

Como iniciativa global, hemos reducido el tamaño de nuestras mascarillas de tejido Tissu Masks y hemos eliminado el revestimiento



-3 TONELADAS

ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA

Hemos reducido la altura del envase de nuestra gama de productos para el cuidado de la piel.



-2 TONELADAS

SUDESTE ASIÁTICO

En 2020 redujimos el plástico en Skin Active y en su lugar utilizamos un sobre con apertura por tres lados.



-23 TONELADAS



-226 TONELADAS

SUSTITUCIÓN DE PLÁSTICO VIRGEN POR MATERIALES RECICLADOS



Estamos avanzando hacia el uso de materiales 100% reciclados post-consumo (PCR) y plásticos de origen sostenible o de origen biológico exclusivamente.

2015

2016

2019

2021

Primeros envases de Original Remedies con un **30% DE PLÁSTICO RECICLADO*** (EE. UU)



Primeros envases de Fructis con un **50% DE PLÁSTICO RECICLADO*** (EE. UU)



Primeros envases para aceites de Fructis, Garnier Bio y Delial fabricados con **PLÁSTICO RECICLADO**

En Europa y EE. UU



Todos los envases de los champús y acondicionadores de Fructis está hechos de **PLÁSTICO 100% RECICLADO*** en Europa y EE. UU. – desde febrero de 2021.

Vamos a lanzar una edición de **PLÁSTICO 100% RECICLADO*** para Delial en asociación con *Ocean Conservancy*.

Todos los envases de Original Remedies estará hechos de **PLÁSTICO 100% RECICLADO*** en Europa y EE. UU, lo que supone que un 61% de nuestros productos para el cuidado del cabello se ofrecerán en continentes con materiales reciclados.



¿QUÉ PLÁSTICOS SE UTILIZAN EN LOS ENVASES?

A día de hoy la mayoría de los plásticos que utilizamos en nuestros envases son PET (polietileno tereftalato), PP (polipropileno) y PE (polietileno). Cada uno tiene diferentes propiedades fisicoquímicas.

Se trata de materiales plásticos que se pueden reciclar y reutilizar varias veces, siendo los que más se reciclan en el mundo. En la actualidad suponen el 96,7% del plástico que utilizamos.

* Excluidos tapones, etiquetas, colorantes y tintes.

OBJETIVO: LOS ENVASES DE LOS CHAMPÚS Y ACONDICIONADORES GARNIER FRUCTIS ESTARÁN FABRICADOS CON PLÁSTICO 100% RECICLADO A PARTIR DE FEBRERO DE 2021

Como parte de nuestro compromiso *Green Beauty* de alcanzar cero plásticos vírgenes para 2025, Fructis está liderando el camino hacia el uso de envases más sostenibles, convirtiéndose en la primera marca de Garnier en integrar plástico PET 100% reciclado en todos los formatos de sus productos para el cuidado del cabello.



Nicol Sobczyk
Directora de *packaging* sostenible de EE. UU.



ENTREVISTA A NICOL SOBCHYK

¿CUÁLES SON LOS RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA GARNIER PARA ALCANZAR LA AUSENCIA DE PLÁSTICO VIRGEN EN 2025?

Garnier se ha propuesto como objetivo para 2025 no utilizar plástico virgen en ninguno de sus envases, ahorrando así 40 000 toneladas de plástico cada año. Se trata, sin duda alguna, de una meta ambiciosa porque uno de nuestros mayores retos es desarrollar fuentes locales de materiales sostenibles. Queremos adquirir estos materiales cerca de nuestros mercados para reducir nuestra huella de carbono y garantizar la disponibilidad y calidad suficientes de material reciclado. Por ejemplo, conseguir PCR PP reciclado, el material que utilizamos para todos nuestros tapones de plástico, es todo un desafío.

¿CÓMO LO ESTÁIS HACIENDO?

Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros proveedores de envases y fabricantes de plástico para desarrollar fuentes estables de suministro de plásticos reciclados que nos permitan llegar al 100% en 2025. También nos enfrentamos a un reto económico. Los materiales sostenibles son mucho más caros que los convencionales y el plástico reciclado es significativamente más caro que el virgen.

¿CUÁL ES EL PROCESO PARA REEMPLAZAR EL PLÁSTICO VIRGEN POR PLÁSTICO RECICLADO?

Debemos seguir en todo momento los estándares de calidad de la marca, además de todos los aspectos técnicos implicados, como la compatibilidad con la fórmula, la estabilidad en el tiempo, etc. Nuestro objetivo es utilizar plástico 100% reciclado sin comprometer los requisitos de calidad alimentaria. Más allá de eso, estamos trabajando para mejorar el aspecto del PCR, que puede afectar al color y la transparencia del envase.

DATO CURIOSO

Este objetivo nos ayudará a ahorrar **4400 toneladas** de plástico virgen cada año*, el equivalente a más de **1000 elefantes**. **

*Para todos los champús y acondicionadores Fructis de la UE y EE. UU.
**El peso medio de un elefante es de 4 toneladas (World Wildlife Fund)

EN 2020

un **43%** ✓
De nuestros envases de plástico eran **RECICLABLES**

PARA 2025

Todos nuestros envases de plásticos serán **REUTILIZABLES, RECICLABLES O COMPOSTABLES**

DESARROLLAMOS Y APOYAMOS MODELOS CIRCULARES PARA ACOTAR EL CICLO DE LOS PLÁSTICOS



Garnier se compromete a hacer todos los envases 100% reciclables y anima al consumidor a reciclar los residuos relacionados para ayudar a evitar la contaminación plástica y promover el modelo de envase circular.

Nuestros equipos de *packaging* están trabajando de forma activa para hacer que todos nuestros envases sean reciclables. Para ello, estamos cambiando los materiales que utilizamos y eliminando posibles obstáculos que impidan el reciclaje. El consumidor también encontrará instrucciones de reciclaje en el envase de nuestros productos para animarle a ello.

PRODUCTOS DISEÑADOS PARA SU RECICLABILIDAD

En 2020, al menos el 43% de los productos de nuestro catálogo global eran reciclables. Todos nuestros equipos han recibido la formación necesaria para comprender el reciclaje de nuestros productos, incluida una visita exhaustiva a nuestros centros para ello. El reciclaje ocupa ahora una parte esencial en nuestra forma de diseñar los productos.

En la actualidad trabajamos de forma activa para eliminar cualquier traba para efectuar el reciclaje, mejorando la reciclabilidad del dispensador dosificador, etiquetas, tubos, bolsitas y frascos. Por ejemplo, retiramos la etiqueta metálica de nuestro champú Aloe Hydra Bomb de Fructis para que el envase fuera completamente reciclable.

APOYO AL CONSUMIDOR PARA FOMENTAR SUS HÁBITOS DE RECICLAJE

La economía circular solo se materializará si somos capaces de acotar el ciclo de los residuos. Para impulsar la transformación y fomentar hábitos sostenibles en el día a día la educación es un factor esencial. En Garnier estamos convencidos de que es nuestra responsabilidad concienciar sobre buenos hábitos de reciclaje y por ello detallamos información útil sobre cómo hacerlo con nuestros envases en las páginas web de cada uno y aquellas conectadas al sistema de etiquetado del impacto ambiental de los productos. La información además está adaptada a cada país para que responda a los requisitos locales de reciclaje.



Como parte del Grupo L'Oréal, nuestros equipos de envasado han colaborado con la *Ellen MacArthur Foundation* (EMF) y otros miembros de su grupo «New Plastic Economy», apoyando sus ambiciones de reducción de plásticos y participando activamente en los trabajos sobre el uso del plástico.

✓ Información auditada, véase más detalles en la p. 54

MERCHANDISING MÁS ECOLÓGICO

Al ser una nuestro escaparate frente al consumidor en el punto de venta, los expositores y materiales de merchandising son fundamentales para dar vida a nuestra visión de *Green Beauty* y contribuir a nuestra máxima “más materiales reciclados y reciclables”.

Llevamos años mejorando la forma en que diseñamos nuestros envases y materiales de distribución, por lo que nuestro objetivo para 2025 es que el 100% de nuestros nuevos expositores cuenten con un diseño ecológico y que sus materiales puedan tener una segunda vida. Nuestros principios de diseño ecológico se basan en cinco pilares fundamentales.

OPTIMIZACIÓN DEL PESO TOTAL

La optimización de los materiales ayuda a reducir el peso total de los expositores de los puntos de venta, así como las emisiones de CO2 generadas por el transporte.

CARTÓN GESTIONADO DE FORMA RESPONSABLE

Utilizamos materiales certificados procedentes de recursos forestales gestionados de forma sostenible, como FSC®.



REUTILIZACIÓN, SEPARACIÓN Y RECICLAJE

Al ser reutilizables o reciclables, todos los materiales pueden tener una segunda vida. Todas las partes de nuestro merchandising se pueden separar y reciclar fácilmente, gracias a las instrucciones para ello o por estar fabricadas con un único material, lo que resulta más fácil de reciclar. Por ejemplo, 100% cartón.



PROHIBICIÓN DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS

Ningún expositor temporal de Garnier está fabricado con componentes electrónicos, por lo que se pueden reciclar fácilmente.



MÁS MATERIALES RECICLADOS Y RENOVABLES

Conseguimos reducir el uso de plástico virgen al utilizar más materiales reciclados o renovables en nuestros expositores de merchandising.



ALGUNOS EJEMPLOS DE EXPOSITORES SOSTENIBLES, ENTRE MUCHOS OTROS



Francia

Hemos desarrollado estanterías para punto de venta realizadas con plásticos, reciclados y reciclables, y papel reciclado y kraft para el lanzamiento de nuestros lanzamientos de Garnier Bio y Champú Sólido de Original Remedies.

Argentina

Nuestro lanzamiento de Fructis Hair Food se realizó en una estantería de diseño ecológico fabricada con cartón 100% reciclado.



CARTÓN GESTIONADO DE FORMA RESPONSABLE

Todos los expositores de cartón en Noruega, Suecia, Finlandia y Dinamarca ya cuentan con la certificación FSC®.

Mediante el uso de cartón con certificación FSC® en este expositor, Garnier demuestra su apoyo a la gestión forestal respetuosa con la comunidad y el medio ambiente.



OPTIMIZACIÓN DEL PESO TOTAL



India

Hemos desarrollado bandejas nuevas con cartón con certificación FSC® en lugar de plástico, optimizando así su peso y reduciendo el tamaño del pack a la mitad.



REUTILIZACIÓN, SEPARACIÓN Y RECICLAJE



Italia

Hemos creado nuestros primeros expositores 100% de cartón, incluido el palé. Esto nos permite mejorar la reciclabilidad del expositor, reduciendo su peso en un 20%, sin perder ninguna de sus propiedades técnicas.

GARNIER APOYA A PLASTICS FOR CHANGE® PARA CREAR UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO Y AYUDAR A COMBATIR LA CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICO

Nos asociamos con *Plastics for Change*® para recoger y posteriormente reciclar 97,5 toneladas de plástico, permitiendo que 569 recolectores de basura, pequeñas empresas de residuos y sus familias recibieran ingresos estables con los que además pudiesen tener acceso a los servicios sociales de la India.



Más de tres mil millones de personas en todo el mundo, o lo que es lo mismo, casi la mitad de la población del planeta, viven en países en los que no existe la recogida institucional de basuras. Por ello, algunas de las personas más pobres del mundo recogen estos residuos para ganarse la vida. Son los llamados recolectores ambulantes de basura, muchos de ellos mujeres, que a menudo viven por debajo del umbral de la pobreza y trabajan en condiciones difíciles.

De la mano de *Plastics for Change*, Garnier apoya el desarrollo integral de las comunidades de recolectores de basura de la India. *Plastics For Change* apoya la educación de los niños, la atención médica, la nutrición, la educación en economía y finanzas y el empoderamiento de las niñas y las mujeres, cimientos básicos de una comunidad próspera y feliz. El proyecto *Plastics for Change* ya ha ayudado a salir de la pobreza a los miembros de las comunidades de Hubli y Dharwad.



PLASTICS FOR CHANGE ES AHORA UNA ORGANIZACIÓN DE RECOGIDA DE PLÁSTICO CERTIFICADA POR OCEAN BOUND

Esto significa que el plástico recogido está certificado como *Ocean Bound Plastic* (OBP), es decir, plástico que de otra manera terminaría contaminando nuestro entorno y océanos.

La ONG *Zero Plastic Ocean* creó este programa de certificación en 2020 en colaboración con las certificaciones *Control Union* para fomentar la extracción de OBP del ecosistema, otorgándole un valor y reconocimiento en el mercado. Garantiza que *Plastics For Change* recoge material que realmente es o se origina a partir de OBP y que la organización se adhiere a las directrices del comercio justo.



QUÉ IMPACTO HA TENIDO NUESTRA ASOCIACIÓN HASTA EL MOMENTO

1. La organización en defensa de los derechos humanos ofreció asistencia a 84 personas para acceder a un seguro médico, seguridad alimentaria y una pensión.
2. Los programas de inclusión financiera ofrecieron asistencia a 153 personas a través del acceso a los servicios bancarios y la educación relacionada.
3. Los campamentos de salud ofrecieron asistencia a 650 personas a someterse a chequeos médicos generales, recibir servicios de atención

oftalmológica, apoyo en salud mental, atención pediátrica y asistencia ginecológica para mujeres.

4. Los programas de sensibilización sobre salud ofrecieron asistencia a 58 chicas adolescentes (concienciación en materia de salud general, sexual y reproductiva, higiene y seguridad).
5. El programa de nutrición ofreció asistencia a 144 menores y adolescentes, a través de la evaluación nutricional y el despliegue de unos recursos alimentarios que ayudaran a niños y niñas en riesgo de desnutrición.
6. Los programas educativos ofrecen asistencia a 144 niños en matemáticas, ciencias e inglés, incluyendo tutorías con profesores y material didáctico, además de acceso a servicios educativos online durante la pandemia de la Covid-19.
7. El programa de guardería ofrece asistencia a 15 bebés, brindando un espacio seguro para el cuidado físico, emocional y alimenticio. Los servicios incluyen ayuda a padres solteros que no disponen de un sistema de apoyo para cuidar de sus bebés.

GARNIER SIGUE COLABORANDO CON OCEAN CONSERVANCY® PARA LUCHAR CONTRA EL PLÁSTICO EN LOS OCÉANOS



En 2020 Garnier continuó trabajando con *Ocean Conservancy* en la lucha contra el plástico oceánico y la preservación de los ecosistemas marinos, animando a consumidores y empleados de todo el mundo a recoger el plástico que encontrasen en las playas más cercanas.

Pese a la pandemia, en 2020 nuestros equipos quisieron celebrar el Día Internacional de Limpieza de Costas de distintas formas:

- Mediante publicaciones en redes sociales para visibilizar entre nuestros consumidores nuestra asociación con *Ocean Conservancy* y los problemas ambientales ligados a la contaminación plástica.
 - Realizando acciones en pequeños grupos. Cuando la situación los permitía, determinados equipos recogieron residuos plásticos de playas, riberas y arroyos manteniendo siempre las medidas de seguridad.
- En el Día Internacional de Limpieza de Costas de *Ocean Conservancy International*, Garnier movilizó a 92 empleados en la recogida de 825kg de residuos para ayudar a combatir la contaminación plástica.

«Todo el mundo tiene una función en la lucha contra la contaminación plástica de los océanos, incluyendo líderes de la industria de la belleza como Garnier. Estamos muy agradecidos de que haya decidido unirse a nosotros para concienciar y promover las distintas soluciones necesarias para resolver la crisis del plástico en los océanos, desde colaborar en la limpieza de playas hasta comprometerse a reducir su propia huella de plástico».

Nick MALLOS,
Director del programa Trash Free Seas® de *Ocean Conservancy*



En Garnier tenemos el firme compromiso de dar visibilidad a nuestra asociación con *Ocean Conservancy*. Por ello, decidimos crear conjuntamente nuevos productos sostenibles, como nuestras primeras leches ecodiseñadas de FPS30 y 50 de Delial. Las fórmulas resultan más respetuosas con la vida marina y se envasan en botes de diseño ecológico (véase la página 22).

MÁS ENERGÍAS RENOVABLES



MÁS ENERGÍAS RENOVABLES

EN 2020

Reducción del **69%** en las **EMISIONES DE CO2** de nuestras plantas industriales, en términos absolutos en comparación con 2005 (17 980 toneladas de CO2eq en 2020)

El **49%*** de las plantas industriales que fabrican productos de Garnier **SON NEUTRAS EN CARBONO**. Es decir, 7 plantas más en 2020 que en 2019

Un **61%** de la **ENERGÍA** utilizada en nuestras plantas industriales procede de fuentes **RENOVABLES**

Un **18%** de las plantas que fabrican productos de Garnier son **«FÁBRICAS WATERLOO»**. Es decir, 1 planta más en 2020 que en 2019

Reducción del **53%** en el **CONSUMO DE AGUA** de nuestras plantas industriales en comparación con 2005 (0,37 litros por producto acabado en 2020)

PARA 2025

El **100%** de nuestras plantas industriales será **NEUTRAL EN CARBONO** y solo utilizará **ENERGÍA RENOVABLE**

HACIA PLANTAS INDUSTRIALES NEUTRAS EN CARBONO Y “WATERLOO”

Para conseguir que todas nuestras plantas industriales sean neutras en carbono en 2025, Garnier se compromete a alcanzar un modelo de negocio bajo en carbono que contribuya a la lucha contra el cambio climático.

A DÍA DE HOY, GARNIER HA REDUCIDO DE FORMA SIGNIFICATIVA SUS EMISIONES DE CO2

En Garnier tenemos el firme compromiso de fabricar productos de la mejor calidad en nuestras 22 fábricas, reduciendo al mismo tiempo su impacto en el medio ambiente.

Durante años, todas las plantas del mundo se han esforzado por reducir las emisiones de carbono, aumentando la eficiencia energética a través de un mejor diseño y aislamiento de los edificios, tecnologías de eficiencia energética para procesos industriales e incrementando las energías renovables a nivel local.

Gracias a estos esfuerzos, Garnier ha conseguido reducir de forma continua sus emisiones totales de carbono (Alcances 1 y 2), y en 2020, había reducido su huella de carbono en un 69%, en términos absolutos, respecto a 2005.

EN EL FUTURO, LAS PLANTAS INDUSTRIALES NEUTRAS EN CARBONO UTILIZARÁN SOLO ENERGÍAS RENOVABLES

Nuestra meta ahora es conseguir que todas nuestras plantas industriales, desde la fábrica hasta los centros de distribución, sean neutros en carbono para el año 2025. Desarrollamos esta estrategia de energía renovable fundamentándonos en las mejores tecnologías locales disponibles en los países en los que operamos. En la mayoría de nuestros proyectos de reducción de la emisión de carbono utilizamos energía renovable producida a nivel local o creamos nuestra propia energía renovable a través de biomasa, biometanización o paneles solares, por ejemplo.

Se trata de un paso importante para reducir la huella ambiental de nuestros productos durante la fase de fabricación y preparación de los pedidos. Uno de los objetivos que se ha fijado L'Oréal es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero aprobados por la *Science Based Targets Initiative* (la iniciativa de Objetivos Basados en Ciencia) Como parte del Grupo, Garnier está contribuyendo en gran medida a la hoja de ruta, que está alineada con la meta de +1,5 °C.

THE SCIENCE-BASED TARGETS

Fundada por CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y la ONG, WWF, la iniciativa *The Science-based Targets* (SBT) tiene como objetivo alentar a las empresas a comprometerse con una transición voluntaria hacia una economía baja en carbono, alineada con el Acuerdo de París.

* Información auditada, véase más detalles en la p. 54.

* Incluye plantas ya neutras en carbono que continúan cumpliendo con los requisitos para ser consideradas como tal durante todo el año y nuevas plantas neutras en carbono que cumplen con los criterios durante al menos todo el mes de diciembre.

24 CENTROS INDUSTRIALES NEUTROS EN CARBONO



NUESTRA FÁBRICA DE FLORENCE (EE. UU.) PASÓ A SER NEUTRA EN CARBONO EN 2020

Nuestra fábrica de productos para el cuidado del cabello de Florence, EE. UU., logró la neutralidad de carbono en 2020 gracias a una cartera de energía renovable que incluye paneles solares en el techo del edificio con una capacidad de 1,4 MW, certificados de energía renovable de origen local de hidroelectricidad y gas natural renovable procedente de Kentucky y Texas.

NUESTRA FÁBRICA DE LIBRAMONT EN BÉLGICA FUE LA PRIMERA EN SER NEUTRA EN CARBONO EN 2009

Después de muchos años comprometida con la protección del medio ambiente y las energías renovables, nuestra fábrica de tintes para el cabello de Libramont, Bélgica logró la neutralidad de carbono por primera vez en 2009. Funciona con energía 100% limpia gracias a la biometanización. La fábrica también ha emprendido iniciativas para reducir su consumo de agua y prevenir la generación de residuos.

FABRICACIÓN SOLIDARIA DURANTE EL CONFINAMIENTO POR LA COVID-19

Para poner nuestro granito de arena en respuesta a la crisis de la Covid-19, detuvimos la producción de nuestras fábricas y nos movilizamos para producir grandes cantidades de un producto que tanta falta hacía, desinfectante de manos. Esto solo pudimos hacerlo gracias a la increíble capacidad y compromiso de los equipos que trabajan en nuestras plantas. A todos los trabajadores del sector minorista proporcionamos de forma gratuita millones de unidades, ayudando a proteger a quienes ponen alimentos y otros artículos básicos a nuestro alcance.



Además, ahora hemos puesto el desinfectante a disposición del público a un precio accesible. Asimismo, hemos donado un millón de dólares para dar apoyo a la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR) para contribuir a que sigan ayudando a los más vulnerables durante estos momentos tan difíciles.

NUESTRA PLANTA DE MÉXICO, EL MEJOR EXPONENTE DE BUENA PRÁCTICA EN LA GESTIÓN DEL AGUA

Tenemos una hoja de ruta clara para reducir de forma significativa nuestro consumo de agua y replantearnos el uso que le damos en nuestras fábricas. En nuestras fábricas “Waterloop” (o sistema de circuito cerrado), absolutamente toda el agua industrial que utilizamos para la limpieza y el enfriamiento, por ejemplo, es agua recuperada, reciclada y reutilizada en el centro, de modo que ya no tenemos que utilizar agua dulce para estos procesos. Nuestro objetivo es que todas nuestras fábricas sean 100% “Waterloop” para 2030.

Nuestra planta de México ha sido la última en convertirse en una fábrica “Waterloop”, uniéndose así a nuestras plantas de Burgos (España), Settimo (Italia), Vorsino (Rusia) y Libramont (Bélgica).

Los 20 millones de habitantes de Ciudad de México hacen frente a serios problemas de escasez de agua. El acuífero subterráneo de la ciudad se está drenando a un ritmo más rápido que el de reposición y la demanda de agua dulce supera los recursos hídricos disponibles. ¿La consecuencia? Restricciones de agua. Actualmente estamos implementando nuevas soluciones en nuestra fábrica en Ciudad de México para reducir de forma significativa nuestro consumo de agua. Gracias a nuestro innovador concepto de fábrica “Waterloop”, tenemos una gran oportunidad de ayudar a marcar la diferencia y reducir la presión sobre los suministros de agua de la ciudad. Este es un factor que demuestra nuestro liderazgo en la gestión del agua. El agua es un componente esencial de la elaboración y uso de nuestros productos y es fundamental para nuestro negocio. Uno de nuestros objetivos es asegurarnos de que para 2030, el 100% del agua utilizada en nuestros procesos industriales se recicle y reutilice en un ciclo.

EL 21 DE OCTUBRE DE 2020, NETFLIX LANZÓ UN NUEVO DOCUMENTAL, “BRAVE BLUE WORLD”, PARA CONCIENCIAR SOBRE LA DEGRADACIÓN DE NUESTRO RECURSO MÁS VALIOSO: EL AGUA. Nuestra fábrica de México se exhibió como ejemplo de buenas prácticas en un país donde existe una imperiosa necesidad de ahorrar agua.

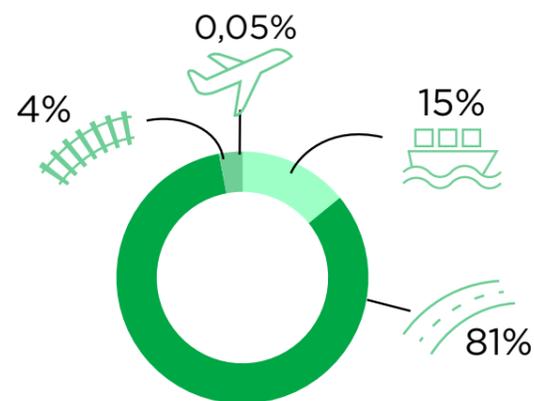


REDUCIR LAS EMISIONES DE CO2 GENERADAS POR EL TRANSPORTE: OBJETIVO AÉREO

A nivel mundial, el transporte es hoy responsable del 15%* de las emisiones globales de CO2. En comparación, constituye menos del 5% de las emisiones globales de CO2 de Garnier. No obstante, nos hemos fijado como meta para 2030 reducir las emisiones de gases de efecto invernadero vinculadas al transporte de productos en un 50% por cada uno de ellos.

El transporte aéreo desde nuestras fábricas hasta nuestros centros de distribución supone el 0,05% de la huella de carbono de un producto estándar y el 10% de sus emisiones de CO2.

Para reducir de forma significativa el impacto que tiene este transporte aéreo nos hemos centrado en cuatro áreas principales:



- Concienciar a todos nuestros empleados.
- Desarrollar un proceso interno para garantizar que el transporte aéreo sea la excepción, no la norma.
- Realizar un seguimiento del progreso utilizando herramientas digitales para permitir a nuestros equipos controlar y rastrear todos los medios de transporte que utilizamos cada semana.
- Fabricar productos a nivel local, cerca de nuestros mercados.

* Fuente: Informe del IPCC

**% de las toneladas de nuestros productos L'Oréal para el mercado masivo enviadas por transporte aéreo.



Concienciar a todos nuestros empleados.



Desarrollar un proceso interno para garantizar que el transporte aéreo sea la excepción, no la norma.



Realizar un seguimiento del progreso utilizando herramientas digitales para permitir a nuestros equipos controlar y rastrear todos los medios de transporte que utilizamos cada semana.



Fabricar productos a nivel local, cerca de nuestros mercados.

PARA FINALES DE 2021, NINGUNO DE NUESTROS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN UTILIZARÁ PLÁSTICO DE UN SOLO USO*

Ya en 2020 conseguimos que el 83% de nuestros centros de distribución dejaran de utilizar plástico de un solo uso. Para ello, nos propusimos sustituir la cinta plástica y material de relleno por alternativas reutilizables o sin plástico.

Por ejemplo:

- En Argentina, las cajas de cartón que se utilizan para las entregas en fábrica se trituran y reutilizan como material de relleno, evitando así usar otros materiales plásticos.
- En nuestro centro de distribución de Egipto hemos sustituido la cinta de plástico por cinta de papel, utilizando un material renovable y pegamento sin plástico.*



* En cinta y material de relleno.



ENTREVISTA A FRANCISCO GARCIA FORNARO

Francisco GARCIA FORNARO
Director de la Cadena de Suministro



Cambios en los hábitos de consumo, auge del comercio electrónico y expectativas de unos consumidores a los que cada vez les preocupa más la sostenibilidad. Estas son solo algunas de las tendencias que estamos observando y todas las soluciones están en la cadena de suministro. Hemos puesto en marcha un proceso de transformación que nos llevará a la era del rendimiento óptimo.

¿QUÉ PAPEL TIENE LA CADENA DE SUMINISTRO?

Somos el nexo fundamental entre nuestras plantas y nuestros consumidores. Cada año, distribuimos miles de millones de productos a todos los países en los que operamos. Enviamos pedidos por todo el mundo a través de distintos canales de distribución, como el mercado de gran consumo, el comercio electrónico, los viajes y el comercio minorista, por lo que estamos en contacto directo con el mercado y con las expectativas de los consumidores.

LAS EXPECTATIVAS DE LAS PERSONAS CAMBIAN RÁPIDAMENTE, ¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS ACTUALES EN RELACIÓN A LOS CONSUMIDORES?

Los hábitos del consumidor cambian constantemente y para nosotros esto supone un reto y una fuente de motivación extraordinaria. Nuestros productos se venden en todas partes, todo el tiempo, a todas horas, en tiendas y online a través de comercio electrónico. De hecho, el porcentaje de las ventas online no deja de crecer y la reciente crisis sanitaria no ha hecho más que acelerar esta tendencia. Los consumidores también tienen expectativas nuevas. Por ejemplo, cuando compran online, esperan un servicio de entrega perfecto, un plazo cada vez más corto, una calidad de embalaje igual de buena que si comprara el producto en una tienda y todo ello sin poner en peligro el medio ambiente. Como resultado, seguimos encontrando soluciones ágiles sin dejar de ser sostenibles.

En respuesta a este cambio de paradigma, estamos acelerando nuestra transformación y entrando en una era de rendimiento óptimo. Nuestro objetivo hoy es crear la cadena de suministro del mañana, una que de verdad marque la diferencia a ojos de los consumidores.

¿CÓMO ENCAJA ESTA TRANSFORMACIÓN CON LOS COMPROMISOS DE SOSTENIBILIDAD DE GARNIER?

Al encontrarse en el centro de las interacciones de nuestra organización con las distintas partes interesadas, la cadena de suministro cumple un papel importante en estos compromisos. Una de nuestras principales ambiciones es reducir las emisiones de gases de efecto invernadero vinculadas al transporte de nuestros productos. ¿Cómo podemos alcanzar nuestro objetivo? En primer lugar, estamos siguiendo y controlando de cerca nuestro transporte aéreo y, entre otras iniciativas, nos hemos fijado como objetivo reducirlo de forma sustancial, fabricando más productos a nivel local. Otro punto en el que nos hemos centrado es el desarrollo de soluciones de entrega ecológicas, es decir, alternativas de transporte bajas en carbono para las rutas de largo recorrido y nuevas formas de descontaminar zonas urbanas a través de iniciativas de última milla. Asimismo, nos hemos propuesto acabar con el plástico de un solo uso para finales de 2021 en todos nuestros centros de distribución. Todos son compromisos que asumimos en todos los niveles de nuestra cadena de suministro. Estamos acelerando este proceso, no solo para satisfacer las necesidades de un mundo en constante evolución, sino también para responder a los principales retos humanos y ambientales a los que nos enfrentamos.



MÁS ABASTECIMIENTO SOLIDARIO

EN 2019



670 COMUNIDADES

en todo el mundo recibieron ayuda como parte de nuestro programa para ingredientes *Solidarity Sourcing*

EN 2020



787 COMUNIDADES

en todo el mundo recibieron ayuda como parte de nuestro programa para ingredientes *Solidarity Sourcing*

PARA 2025

1000 COMUNIDADES

en todo el mundo recibirán ayuda como parte de nuestros programas de solidaridad

MÁS ABASTECIMIENTO SOLIDARIO



MAYOR INCLUSIÓN

Garnier ha estado comprometida desde 2008 con los programas de *Solidarity Sourcing* y aspira a seguir obteniendo más ingredientes que generen un impacto social positivo. Nuestro objetivo es empoderar a 1000 comunidades para 2025.

El programa *Solidarity Sourcing* ofrece acceso a un trabajo y unos ingresos sostenibles a las personas excluidas del mercado laboral.

El proyecto incluye proveedores que emplean a personas de comunidades económicamente vulnerables, entre ellas, pequeñas empresas y aquellas con dificultades para acceder a compañías multinacionales. El programa *Solidarity Sourcing* está activo en todas las regiones en las que opera Garnier y cubre todo tipo de compras, incluyendo materias primas, producción por contrato o artículos promocionales. Para el abastecimiento de nuestros ingredientes estrella, Garnier y nuestros proveedores, con el apoyo de varias ONG, estamos comprometidos con la implementación de prácticas de comercio justo en toda la cadena de suministro.

Nuestro objetivo es apoyar y empoderar a los pequeños agricultores (incluidos granjeros y trabajadores) con el fin de ayudarles a aumentar sus ingresos y mejorar su modo de ganarse la vida. Les damos formación para que mejoren sus conocimientos sobre agricultura sostenible o, en algunos casos, para facilitarles el acceso a servicios sanitarios o mecanismos de protección sociales. Gracias a estas iniciativas, 787 comunidades que tenían que hacer frente a retos sociales o económicos pudieron acceder o conservar un trabajo e ingresos dignos en 2020. Echemos un vistazo a algunas de las acciones que implementamos en 2020.

✓ Información auditada, véase más detalles en la p. 54.
Comunidades de *Solidarity Sourcing*: comunidades que participan en el suministro de ingredientes de Garnier y cuyos miembros se benefician del programa *Solidarity Sourcing* del Grupo L'Oréal. El número de comunidades pertenece a los informes más recientes disponibles (2019 ó 2020).

ALOE VERA DE MÉXICO

El aloe vera es un ingrediente que utilizamos en nuestros productos para el cuidado del cabello y la piel, reconocido por sus propiedades hidratantes. Tenemos previsto que nuestro proyecto *Solidarity Sourcing* implementado en 2019, en colaboración con Pronatura y MexiAloe, llegue en 2022 a 30 familias en cinco aldeas que producen aloe. Todos los productores viven en la zona y dependen de la agricultura de pequeña escala y del trabajo estacional para ganarse la vida.

El cultivo de aloe está ayudando a diversificar y aumentar los ingresos de las familias que participan en esta labor. Aunque en los campos de aloe trabajan hombres y mujeres, nos hemos centrado en empoderar el liderazgo de ellas. Resulta importante destacar también que estamos concienciando a las comunidades locales sobre la necesidad de proteger los bosques y conservar los recursos naturales.

Los objetivos del proyecto son:

- **Dar a conocer el cultivo de aloe orgánico:** los agricultores recibirán formación sobre el cultivo de aloe orgánico, sistemas de riego por goteo y brotes de aloe para que puedan cultivarlo en sus terrenos.
- **Implementar principios de comercio justo** para ayudar a crear valor a partir de la producción de aloe. Además, alentamos a los agricultores a unirse al proyecto fijando un precio mínimo justo y agrupando a los productores en cooperativas.
- **Sensibilizar a la comunidad mediante talleres para preservar los bosques y áreas naturales circundantes.** La formación se complementará con información sobre los programas de sostenibilidad gestionados por las instituciones del gobierno mexicano, los cuales se centran en los beneficios de la preservación de los bosques.
- Estos beneficios incluyen una mejor regulación de la temperatura, más lluvias regulares y más flores para las abejas, entre otros.



APOYO A LAS COMUNIDADES DURANTE LA CRISIS DE LA COVID-19

Garnier prestó apoyo financiero a la ONG Pronatura en julio de 2020 con el fin de ayudar a las comunidades a superar los efectos de la crisis de la Covid-19 y la tormenta tropical «Cristóbal». Toda la comunidad (255 familias) se benefició de la iniciativa. Las familias más necesitadas recibieron cestas de alimentos y botiquines de medicina e higiene para el dispensario local. Además, se pagó a los trabajadores para que limpiasen el pueblo y restaurasen las calles una vez pasada la tormenta.

MANTECA DE CACAO DE COSTA DE MARFIL



La manteca de cacao es muy conocida en el sector de la cosmética por sus propiedades emolientes e hidratantes. En Garnier la utilizamos en muchos de nuestros productos.

Son muchos los riesgos asociados a las plantaciones de cacao, incluida la deforestación, el uso de agroquímicos y el respeto de los derechos humanos. Con un enfoque proactivo, en 2020, participamos en un proyecto de abastecimiento sostenible en Costa de Marfil para nuestra manteca de cacao. El país es uno de los mayores productores de manteca de cacao del mundo, por lo que hemos colaborado con cooperativas y proveedores para ofrecer manteca de cacao apta para cosmética a base de granos de cacao orgánicos de comercio justo.

ECOOKIM, nuestro proveedor con sede en Abidjan, es una unión de más de 20 cooperativas, con certificación Fairtrade desde 2010 y ecológicas desde 2018. Integra a miles de productores de cacao de la región de Divo, en el sur del país. Pero ECOOKIM es mucho más que un exportador de cacao en grano. También está firmemente comprometido con el apoyo a los productores de cacao y forma parte del programa «OXFAM Magasins du Monde» que ayuda a los productores de los sectores de la alimentación, la artesanía y la belleza a adoptar prácticas más sostenibles. Así, los agricultores se benefician del apoyo y la experiencia de ECOOKIM en la gestión sostenible de plantaciones de cacao.

Se trata en su mayoría de pequeños agricultores, que gestionan plantaciones de árboles de cacao siguiendo prácticas orgánicas, que ayudan a preservar la calidad del suelo y la biodiversidad circundante. Se alienta la agrosilvicultura en gran medida y se imparte formación habitualmente para fomentar la asociación y rotación de cultivos. Por ejemplo, añadir plantas que proporcionen sombra, fertilizar el suelo (glicedia) y almacenar agua (bananos) para sustentar el cultivo del cacao. No se utilizan fertilizantes, ya que los agricultores elaboran su propio abono debajo de los árboles de cacao.

Este proyecto promueve los principios del comercio justo al tiempo que apoya al sector del cacao sostenible en Costa de Marfil, lo que equivale a realizar pedidos mínimos, precios justos para los agricultores y asociaciones directas con productores de cacao comprometidos de Costa de Marfil. Los agricultores que participan en el proyecto están comprometidos con el desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y la implementación de buenas prácticas para fomentar el trabajo digno.

NUESTRO NUEVO PROGRAMA DE SOLIDARITY SOURCING DEDICADO A LA CERA DE ABEJA AFRICANA HA EMPODERADO A MÁS DE 300 COMUNIDADES EN 2020



El proyecto dedicado a la cera de abeja de Solidarity Sourcing «Bees of Africa» se originó en 2017. En 2019 fue ampliado para llegar a 10 000 apicultores y apoyar a más de 300 comunidades en 2020 en Burkina Faso, Nigeria, Togo, Benín y Malí.

A modo de ejemplo, este nuevo proyecto de abastecimiento permite a los productores de manteca de karité de Burkina Faso diversificar sus actividades y obtener un flujo de ingresos adicional. Así se ayudan a combatir la pobreza y promover el desarrollo sostenible, al tiempo que se preservan los árboles de karité mediante la polinización. Esta iniciativa de abastecimiento responsable evolucionó en 2020 para convertirse en un proyecto de Solidarity Sourcing, destinado a fortalecer y medir su impacto positivo. En 2020 los socios del programa firmaron su asociación para consolidar y dar formación a una red de apicultores responsables.

DATO CURIOSO

Consciente de la importancia de preservar la biodiversidad y firme en su compromiso de obtener todos sus ingredientes derivados de las abejas de forma sostenible, Garnier cuenta con una red de apicultores y proveedores responsables. Para nuestra gama Original Remedies Tesoros de Miel también hemos seleccionado miel de acacia húngara, que se produce en las zonas protegidas de los bosques naturales de este árbol en el país.

En cuanto a todos nuestros ingredientes derivados de las abejas (en especial la miel y la cera de abeja), apoyamos a los apicultores para que respeten los Estatutos de Apicultura Sostenible y les ayudamos a seguir métodos sostenibles que respetan el bienestar de estos animales. A cambio, pagamos una prima por la miel y la cera de abeja con la intención de ayudar a mejorar la forma de vida de los apicultores.

ORIGINAL REMEDIES DE GARNIER BRINDA SU APOYO A BEE CONSERVANCY, UNA ONG DEDICADA A LA PROTECCIÓN DE DIEZ MILLONES DE ABEJAS*



PATROCINAR UNA COLMENA

Como parte del Programa *Bee Welfare* de Garnier, la compañía se ha asociado con *Bee Conservancy*, una organización sin ánimo de lucro dedicada a la protección de diez millones de abejas en EE. UU. y Canadá. Esta nueva colaboración nos ayudará a cumplir nuestro objetivo de respetar el bienestar de las abejas en todas nuestras regiones, al tiempo que se restaura y se promueve la biodiversidad local.

En 2021 lanzaremos nuestra primera iniciativa, «Sponsor a Native Bee Hive», destinada al patrocinio de colmenas en estos países con la ayuda de la asociación. Por toda Norteamérica hay 300 hogares de abejas nativas que dan cobijo a unos 154 800 animales de esta especie.

Cuando hablamos de abejas, la mayoría pensamos en la abeja melífera, pero este tipo solo es originario de Europa, África y Asia. En el mundo hay más de 20 000* especies de abejas nativas, estando 2 de cada 5 en peligro de extinción.* Las abejas nativas son «superpolinizadoras» que han evolucionado con los cultivos locales, cuyos ingredientes se pueden encontrar en los productos Garnier, como las bayas (la abeja del arándano), los aguacates (abeja sin agujón) o los pepinos (abeja calabaza).

The Bee Conservancy abrirá un proceso de solicitud para llegar a más personas y ecosistemas. Los beneficiarios recibirán todos los materiales e instrucciones necesarias para construir y conservar un verdadero hogar para las abejas nativas.



Las colmenas para las abejas serán fabricadas con madera de certificación FSC® y las construirá una organización con sede en Brooklyn, la cual forma a personas desempleadas y poco cualificadas en carpintería, ayudando de este modo a crear trabajos inclusivos en las comunidades que se benefician del programa.

*300 casas de abejas x 86 tubos de anidación x 6 huevos por tubo = 154 800 abejas, Escuela de Abejas de la Universidad de Minnesota. Polinizadores en peligro: una revisión sistemática del estado de las abejas nativas de América del Norte y Hawái, Centro de Diversidad Biológica 2017.

MÁS ALLÁ DE LOS INGREDIENTES, EL IMPACTO POSITIVO DEL ABASTECIMIENTO SOLIDARIO

El programa *Solidarity Sourcing* de Garnier actúa como un catalizador de impacto social positivo en todas las regiones donde opera, cubriendo por contrato nuestros artículos promocionales y productos acordados. Aquí se encuentran empresas que ofrecen empleo a personas de comunidades desfavorecidas, aquellas que normalmente no pueden acceder a las principales convocatorias de licitaciones internacionales y microempresas. *Solidarity Sourcing* refleja nuestros valores fundamentales; tiene como finalidad promover

la igualdad, la diversidad y la inclusión a lo largo de toda nuestra cadena de suministro, en particular entre los proveedores que proporcionan los ingredientes de nuestros productos y los materiales de *packaging*, con el fin de crear un ecosistema empresarial inclusivo. A continuación, mostramos algunos de estos proyectos, que incluyen desde el fomento del empleo en áreas vulnerables hasta el empoderamiento de las pequeñas empresas y las personas con discapacidad.



ESTADOS UNIDOS

ALPLA es un proveedor de envases que trabaja dentro de la fábrica de L'Oréal en Florence, donde fabricamos productos para el cuidado del cabello. La empresa apoya a personas en situación de vulnerabilidad en el mercado laboral. En particular, ofrece oportunidades laborales a trabajadores mayores, contratándolos cuando tienen más de 50 años, y veteranos, reconocidos oficialmente como población vulnerable en EE. UU. Catorce de los 53 empleados de ALPLA a tiempo completo en nuestra fábrica son mayores y 6 son veteranos.



Nuestro proveedor de México, Albéa, fabrica tubos para Olia y Nutrisse. Participa de forma activa en el empoderamiento de la mujer y contrata principalmente a madres solteras, a menudo muy vulnerables y que en algunos casos pueden haberse visto obligadas a dejar el colegio a edades muy tempranas.

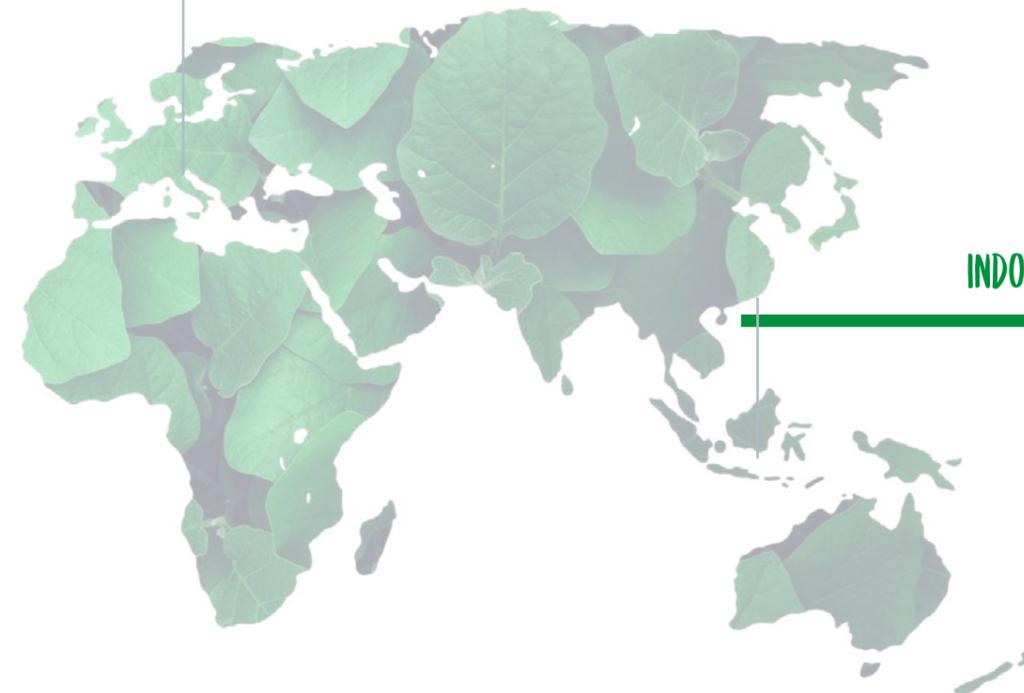
La tasa de desempleo también es especialmente elevada en México, alcanzando un 58%. Nuestro proveedor ofrece acceso a trabajo, formación y un ingreso regular a las madres solteras. En 2020 de los 158 empleados, contrató a 18 para incorporarse a los departamentos de calidad y producción. «Es un reto diario, pero me siento muy orgullosa de poder cubrir mis necesidades y ayudar a mis hijos mejorando mi casa».

Veronica Salto
Empleada de Albéa

ALEMANIA



Nuestro proveedor CCL fabrica las etiquetas de nuestra gama Fructis. La empresa apuesta plenamente por ofrecer oportunidades laborales a **personas con discapacidad**, superando el porcentaje mínimo legal en Alemania (5% de la población activa). 19 de los 264 empleados son personas con discapacidad. Por ejemplo, en diciembre de 2019, CCL contrató a un joven aprendiz que padece una discapacidad total a raíz de un accidente. Se le ofreció la oportunidad de completar una formación como impresor en la Fundación ICP *Foundation Munich* y ahora tiene un trabajo fijo.



INDONESIA



El índice de pobreza en Indonesia es del 10,9% y afecta en especial a Java Central y Oriental, donde se encuentra Garnier.

Nuestro proveedor de tubos, Albéa, está totalmente comprometido con la inclusión social a través del empleo, apoyando el programa de reducción de la pobreza del gobierno indonesio. Ha ayudado a 53 personas, las cuales reciben asistencia social del estado con el fin de poder tener acceso a la asistencia sanitaria. Han sido contratados para realizar trabajos de producción y dentro de las líneas de operación.

INFORME DE PROGRESO AVALADO POR UN AUDITOR EXTERNO

Garnier muestra aquí la evolución de su desempeño orientado a la sostenibilidad. Este informe de progreso brinda un resumen general de los avances de Garnier en sus cinco áreas principales de interés dentro del compromiso *Green Beauty*.

Las cifras y actividades relacionadas con cada área se comparten en detalle en las páginas de este informe. Deloitte ha expresado una certeza limitada sobre los indicadores que llevan esta marca de verificación. ✓

Consulte el apunte sobre la metodología más abajo. También el Informe de Fiabilidad de 2020 que encontrará dentro de «Publications» en:

www.loreal.com y www.loreal-finance.com

- Productos de diseño ecológico: productos mejorados a través de una fórmula o un envase nuevos o renovados (excluyendo la subcontratación y cambios legislativos, así como productos no vendidos, productos desarrollados, pero todavía sin producir y productos promocionales). Su impacto social o ambiental se mejora utilizando nuestra metodología SPOT (Sustainable product Optimization Tool), basada en criterios como la química *green*, renovabilidad, biodegradabilidad, ecotoxicidad, materiales reciclados y gestión al final de la vida útil, la contribución a las comunidades, transparencia y accesibilidad.

En cuanto a las instrucciones de uso de las cajas de cartón y productos de papel, las certificaciones forestales gestionadas de forma sostenible incluyen FSC® (más del 80% en volumen de toneladas) y también PEFC y SFI.

- Plantas industriales sostenibles: nuestras plantas industriales son las 22 fábricas que producen los productos Garnier, entre otros, y los 28 centros de distribución del mercado de gran consumo del Grupo L'Oréal. La huella ambiental de las unidades producidas por Garnier es el resultado de la huella ambiental de cada planta que fabrica los productos de la marca en proporción a las unidades Garnier producidas y la huella ambiental de todos los centros de distribución de L'Oréal en proporción a las unidades producidas por Garnier.

- Gases de efecto invernadero: nuestras emisiones de CO2 se calculan siguiendo los conceptos definidos por el protocolo de GEI y se controlan de

acuerdo con las normas del indicador de CO2 del mercado. Nuestros factores de emisión suelen ser los de nuestros proveedores. Si se desconocen, utilizamos factores regionales o los de la IEA 2015. A efectos de comparabilidad, los datos de las emisiones basales de CO2 de 2005 se han actualizado en vista de estas normas (recalculados partiendo de un alcance estable).

- Neutro en carbono: una planta puede aspirar a convertirse un centro neutro en carbono si cumple con los siguientes dos requisitos:

- > CO2 directo (Alcance 1) = 0 con la excepción del gas utilizado para catering, el combustible utilizado para las pruebas o el mantenimiento de rociadores y las fugas de refrigerante, si están por debajo de las 150 toneladas de CO2e por año.

- > CO2 indirecto utilizando el método basado en el mercado (Alcance 2) = 0.

- Agua: el concepto de «Fábrica Waterloop» consiste en utilizar los suministros públicos de agua solo para consumo humano y para la producción de agua de alta calidad utilizada como materia prima en la fabricación de productos. Toda el agua necesaria para los procesos industriales (equipos de limpieza, producción de vapor, etc.) es agua que se reutiliza o recicla en un circuito en la misma planta. Los datos de referencia de 2005 utilizados para calcular la diferencia entre 2005 y 2020 proceden de plantas y centros de distribución que estaban en funcionamiento en 2020 y ya existían en 2005. Comunidades de *Solidarity Sourcing*: comunidades que participan en el abastecimiento de ingredientes a Garnier y cuyos miembros se benefician del programa de *Solidarity Sourcing* del Grupo L'Oréal. El número de comunidades se basa en los últimos informes disponibles (2019 ó 2020).

Preparado y editado por : El equipo de sostenibilidad de Garnier
Créditos de las fotos: p.3 Jonas Bresnan - Eiko Ojala / p.9 l'Oréal / p.14 *Cruelty Free International*
p.15 François Maréchal / p.21 Alain Buu / p.24 l'Oréal / p.34 l'Oréal / p.38 *Plastic for Change*
p.39 Alain Buu / p.42 Kuchik Photography LTD / p.42 l'Oréal - l'Oréal
p.43 l'Oréal - l'Oréal - Luca Ferrato / p.44 Istock - Corporate Inspiration GmbH
p.45 Pierre Olivier @capa picture / p.45 l'Oréal / p.48 l'Oréal / p.49 l'Oréal
p.51 Bruno Kelzer - *The Bee Conservancy* / p.52 l'Oréal - l'Oréal / p.53 l'Oréal - l'Oréal
Diseño y producción: Cédric Lefevre - cedric@isho.fr

www.garnier.com

GARNIER COMPROMETIDA CON LA GREEN BEAUTY:



MÁS
ABASTECIMIENTO
RESPONSABLE



CIENCIAS Y
FÓRMULAS MÁS
GREEN



MÁS
ENERGÍAS
RENOBABLES



MÁS ENVASES
RECICLADOS
Y RECICLABLES



APROBADO POR
Cruelty Free
INTERNATIONAL

GARNIER

Más información en www.garnier.com