



Raport de Responsabilitate Socială
Avon 2023

Cuprins

STRATEGIA ȘI PERFORMANȚA AVON

<u>Prefață</u>	2
<u>Structura, strategia și guvernanta noastră</u>	3
<u>Performanță</u>	5
<u>Realizări</u>	7

OAMENI

<u>Srijin pentru colaboratorii noștri</u>	9
<u>Încurajarea Reprezentanților</u>	10
<u>Promovarea inițiativelor</u>	11
<u>Înțelegerea procesului de aprovizionare</u>	15

PLANETĂ

<u>Inovație durabilă</u>	18
<u>Portofoliul de modă și design al casei: Beauty+</u>	21
<u>Resurse utilizate</u>	22
<u>Planul nostru de decarbonizare</u>	23
<u>Srijin pentru bunăstarea animalelor</u>	25

ANEXĂ

<u>Obiective de sustenabilitate</u>	27
<u>Date privind amprenta de carbon</u>	30



Prefață

La Avon, credem că o lume mai bună pentru femei este o lume mai bună pentru toți.

Avon transformă viețile femeilor încă din 1886. Oferim reprezentanților noștri independenți – majoritatea femei – oportunități flexibile de câștig.

Prin vocea și resursele noastre, susținem cauzele care consolidează sănătatea și bunăstarea femeilor, sprijinind numai în anul 2023 peste 1 milion de persoane, prin intermediul ONG-urilor partenere.

Fiecare vânzare Avon susține femeile, oferind, în același timp, produse de înaltă calitate la un preț irezistibil.

De asemenea, creăm o lume mai bună acordând prioritate planetei noastre. **Sustenabilitatea se regăsește acum în fiecare aspect al activității noastre și în fiecare etapă din ciclul de viață al produselor noastre.**

Am avut parte de un progres uimitor în anul 2023, lansând noi produse, sisteme și materiale de promovare prietenoase cu planeta.

M-am alăturat echipei Avon în 2022 datorită promisiunii brandului de a face o schimbare pozitivă în lume. Sunt mândru că sunt un aliat masculin într-o afacere condusă de femei și că sunt sponsor pentru Grupul de Resurse Asociate Pride. Acum, în calitate de CEO, **sunt încântat să accelerez dezvoltarea brandului Avon ca o afacere omnichannel incluzivă, cu un impact pozitiv din ce în ce mai mare asupra oamenilor și al planetei.**

Avon este o familie globală formată din mii de angajați dedicați și milioane de reprezentanți întreprinzători, care împărtășesc cu toții obiectivul nostru de a crea o lume mai bună. Sunt cu adevărat onorat și măgulit să fiu parte dintr-o organizație ghidată de un scop atât de minunat.

Vă mulțumesc pentru implicare.

**Kristof Neiryck,
Director Executiv**



Crede în puterea ta nu este doar un slogan, ci și crezul de la care pornim toate acțiunile noastre în **comunitatea Avon, una dintre cele mai mari comunități de femei din România.**

De la ele ne luăm inspirația și determinarea să construim o lume mai bună pentru toate femeile din țară. Și în anul 2023 am pus sănătatea și integritatea femeii pe primul loc.

Am oferit în cei 8 ani de caravana **Cancel Cancer 16 400 de ecografii** la sân gratuite și **8000 de mamografii** în toată țara, dar mai ales în orașele în care serviciile medicale lipsesc sau sunt insuficiente.

Campania Respectului este cea sub umbrela căreia concentrăm toate acțiunile noastre de prevenție împotriva violenței de gen și oferim ajutor pentru victimele violenței domestice. În 2023 am susținut peste **500 de femei** afectate de violență și contribuim la educarea anuală a peste **1000 de tineri**, cu privire la recunoașterea semnelor violenței. Și nu ne oprim aici!

La Avon acordăm atenție frumuseții și independenței femeii. Oferim produse cosmetice fabricate din ingrediente sustenabile, cu grijă față de natură, netestate pe animale și în ambalaje reciclabile. Continuăm să oferim **100% din profitul produselor roz cauzelor sociale** în care ne implicăm. Și, nu în ultimul rând, credem în puterea comunității de Reprezentanți Avon, fără de care implicarea noastră în cauzele sociale nu ar fi posibilă.

Le mulțumim lor dar și vouă, celor care v-ați dedicat din timp în 2023 pentru acțiunile de responsabilitate socială Avon. Acum puteți afla care este impactul implicării voastre în țara noastră și în toată lumea!

Vă mulțumesc pentru implicare.

**Roxana Popescu,
CEO Avon România**




Structura, strategia și misiunea noastră

La Avon, credem că o lume mai bună pentru femeii este o lume mai bună pentru toți. De aceea, **ne străduim să îmbunătățim viața femeilor prin tot ceea ce facem.**

Ne concentrăm pe progresul femeilor, dar suntem deschiși tuturor. Acest lucru include persoane trans și non-binare, bărbați și persoane de orice vârstă, etnie sau cu orice set de abilități.

În cadrul Avon International, noi încurajăm

**peste 2 milioane de
Reprezentanți
independenți**

să devină proprii lor șefi. Angajăm **peste 5,000 de persoane** să ne conducă afacerea.

Guvernare, etică și conformitate

Acest raport acoperă anul calendaristic 2023. Acesta se concentrează asupra Avon International, care gestionează operațiunile noastre în Europa, Orientul Mijlociu și Africa, precum și în regiunea Asia Pacific.¹

Alături de Natura &Co Latam, Avon este parte din [Natura &Co](#). Activitatea Avon International este guvernată de consiliul de administrație independent al Natura &Co Holding's și este condus de Directorul Executiv și de echipa de conducere Avon. Kristof Neiryck a fost promovat din funcția de Director de Marketing al Avon și Director General în Europa de Est la cea de Director Executiv Avon pe 1 ianuarie 2024, ca urmare a unei proceduri de tranziție bine planificate.

O guvernanta solidă este esențială pentru principiile de etică și pentru conformitate. Consiliul Director al Natura &Co supraveghează strategia și programul nostru pentru a asigura o conduită etică în cadrul afacerii și pentru a îndeplini cerințele externe de management și reducere a riscurilor. Dintre cei nouă membri ai Consiliului, trei sunt co-președinți, iar șase sunt independenți. Consiliul are o treime dintre femeii în componența sa.

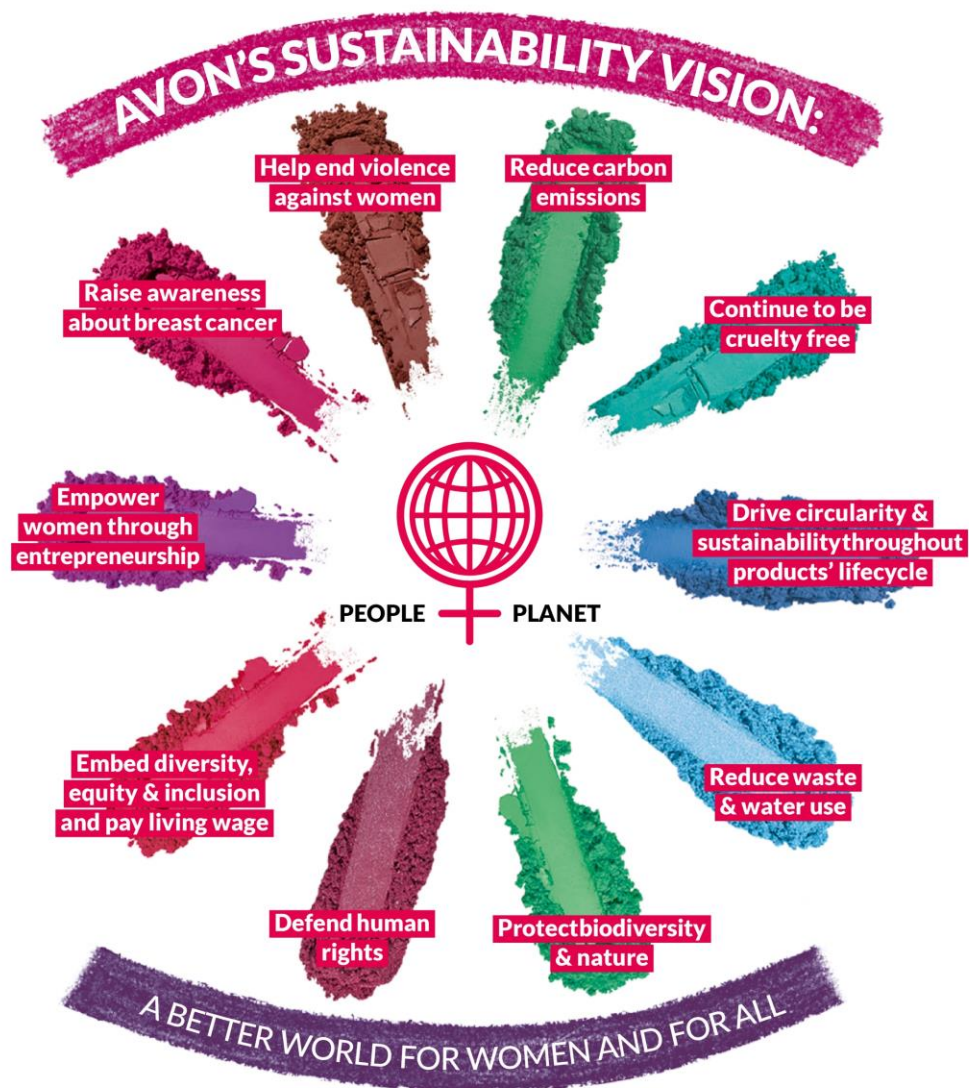
În 2023 am lansat [Codul de Conduită Natura &Co](#), care reunește politicile și procedurile noastre într-un mod ușor de utilizat, și evidențiază responsabilitățile individuale ale angajaților noștri pentru atingerea celor mai înalte standarde. Toți angajații Avon trebuie să urmeze anual un curs online de formare privind Codul de Conduită. În același timp, noi facem un sondaj în rândul tuturor angajaților cu privire la cultura noastră de etică și conformitate, încurajând răspunsuri cât mai oneste.

Programul Global de Confidențialitate Natura &Co include o gestionare optimă a datelor pentru a reduce la minimum amprenta noastră digitală și emisiile de carbon aferente. Programul nostru puternic de confidențialitate sporește încrederea consumatorilor, demonstrând conformitatea noastră cu legislația privind protecția datelor cu caracter personal și promovând o utilizare etică a datelor și drepturile consumatorului.

Continuăm să amplificăm **Programul Global Antitrust Natura &Co**, care cuprinde eforturi globale și locale în beneficiul consumatorilor. Acesta cuprinde o Politică Antitrust, instruire, comunicări și materiale, precum și evaluări continue ale riscurilor, monitorizarea pieței și audituri interne.

Toți managerii de nivel mediu sau superior beneficiază de formare online în acest domeniu, iar cei cu roluri comerciale de bază primesc formare suplimentară față în față.

¹ Natura &Co Latam raportează despre operațiunile Avon în America Latină.



Strategia de sustenabilitate

Comitetul nostru de Coordonare pentru Sustenabilitate, care include managerul nostru de sustenabilitate și un director din cadrul echipei de conducere, gestionează strategia noastră de sustenabilitate, cu sprijinul echipei centrale de sustenabilitate și al experților din fiecare departament important.

Sustenabilitatea face parte din strategia noastră de bază și din indicatorii-cheie de performanță, iar noi îi **educăm și implicăm pe colegii și pe furnizorii noștri în modalități de integrare a sustenabilității** în toate activitățile de business.

Pentru Avon, sustenabilitatea înseamnă susținerea bunăstării atât a oamenilor, cât și a planetei, în tot ceea ce facem – inclusiv modul în care lucrăm și sprijinul nostru filantropic.

Sprijinim oamenii oferind o cultură a muncii diversă și echitabilă, plata cel puțin a unui salariu de subzistență, protejarea drepturilor omului la nivelul întregii afaceri și a lanțului valoric și promovarea bunăstării femeilor.

Sprijinim planeta prin reducerea emisiilor în strânsă legătură cu operațiunile noastre, a lanțului de aprovizionare, cu formulele și ambalajele produselor și îmbrățișăm circularitatea și regenerarea, acolo unde este posibil.








Prioritățile noastre în ceea ce privește oamenii și planeta sunt fundamentate pe foi de parcurs interne și pe standarde și reglementări externe, incluzând Inițiativa de Raportare Globală (GRI), Grupul operativ privind informațiile financiare legate de climă (TCFD), Proiectul de Dezvăluire a Carbonului (CDP) și Indicele Mondial de Sustenabilitate Dow Jones (DJSI). În 2023 am dezvoltat o foaie de parcurs pentru a asigura conformitatea noastră cu reglementările și legislația în vigoare și pentru a îmbunătăți colectarea și raportarea datelor noastre de mediu, sociale și de guvernare (ESG).



Prin viziunea noastră de sustenabilitate pentru 2030, inspirată de Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU, Avon s-a angajat să atingă o serie de **obiective** ambițioase și măsurabile.











Performanțele noastre:

OAMENI

	Obiectiv	Performanță în 2023	Cum ne descurcăm?
An-țintă 2023	Fără diferențe salariale inexplicabile între genuri (<1% nu se consideră diferență)	-0.8%	Îndeplinit 
	Plata a cel puțin unui salariu de subsistență 1A (sau mai mare) tuturor (pentru acoperirea costurilor de trai locale pentru un adult)	100%	Îndeplinit 
	50% dintre funcțiile de conducere superioară să fie ocupate de către femei	48.7% (plus 1% dintre persoanele de sex nedeclarat)	Îndeplinit 
An-țintă 2025	Implicarea a 50% dintre angajați în activități de voluntariat	36% (de referință)	Pe drumul cel bun 
	30% dintre membrii din conducere să provină din comunități subreprezentate	9% (de referință)	Facem progrese 
An-țintă 2030	Mentținerea donajiilor în cauzele-cheie de la an la an	6.2 milioane de dolari donați de către Avon International și Fundația Avon	Pe drumul cel bun 
	Susținerea a 1 milion de femei și fete anual prin programe și parteneriate cu ONG-uri	1 milion de femei influențate în mod pozitiv datorită donațiilor Avon	Pe drumul cel bun 

Performanțele noastre:

PLANETĂ

	Obiectiv	Performanță în 2023		Cum ne descurcăm	
An-țintă 2023	Reducerea intensității consumului de apă cu 0.5% an de an	-8.2%		Îndeplinit 	
	Reducerea intensității deșeurilor cu 1% an de an	-6.3%		Îndeplinit 	
An-țintă 2025	Trasabilitate completă și/ sau certificare pentru lanțurile critice de aprovizionare (ulei de palmier, mica, hârtie, alcool, soia, bumbac)		Trasabilitate	Certificare	Pe drumul cel bun 
		Hârtie	n/a	84%	
		Ulei palmier	96%	92%	
		Alcool	100%	0%	
		Bumbac	96.4%	n/a	
		Mica	100%	8% <small>(verificare de către terți)</small>	
		Soia	89%	0%	
Certificare pentru toate mărcile în cadrul programului Cruelty Free International Leaping Bunny	Certificare pentru parfumuri, categoriile, Anew, Avon Care and Make-up		Pe drumul cel bun 		
An-țintă 2030	Reducerea emisiilor de carbon din domeniile 1 și 2 cu 42% până în 2030 față de nivelul de referință din 2020	-35.0%		Pe drumul cel bun 	
	Reducerea emisiilor din domeniul 3 cu 42% față de nivelul de referință din 2020 (acoperirea inițiativei SBTi)	-41.5%		Pe drumul cel bun 	
	50% conținut reciclat pentru tot plasticul utilizat	4.1%		Facem progrese 	
	100% ambalaje reutilizabile, reciclabile sau compostabile	80.3%		Pe drumul cel bun 	
	95%+ formule de clătire biodegradabile	90.9%		Pe drumul cel bun 	
100% dintre noile formule să aibă amprente ecologice mai mici, măsurate prin analiza ciclului de viață	Am dezvoltat, testat și implementat instrumentul		Pe drumul cel bun 		

Realizările noastre

Oameni

- Avon și Fundația Avon au donat peste **6.2 milioane de dolari** către **cauze nobile**, cu accent pe combaterea cancerului la sân și a violenței bazate pe gen
- Am donat **89,324 de articole** persoanelor afectate de războiul din Ucraina, inclusiv produse Avon, haine și păături
- **Campania NormalForMe a câștigat bronzul la premiile #Effie** din partea Asociației pentru Comunicare în Marketing, SAR, pentru conținutul său educațional
- **Orele de voluntariat** ale angajaților noștri **au crescut cu 22%**
- Am continuat să **avem o reprezentare puternică a femeilor** în echipa noastră de conducere și niciun decalaj salarial inexplicabil între genuri

Oameni & planetă

- **75%** dintre respondenții la sondajul nostru de implicare a angajaților **consideră că Avon ia măsurile corecte** pentru a construi un viitor mai uman și mai prietenos cu planeta
- **1,152 de angajați au luat parte la Hackathonul nostru -Oameni & Planetă-** pentru a propune și a prezenta inițiative de sustenabilitate liderilor noștri seniori
- **92% din uleiul nostru de palmier și 84% din hârtie provin din surse certificate**, care respectă standardele internaționale privind dreptul muncii și sustenabilitatea mediului
- **Fabrica noastră Garwolin din Polonia a primit o distincție** în categoria Fabrica Anului la Premiile Green Industry Diamonds, reflectând inovația, eficiența, siguranța și implicarea angajaților săi

Planetă

- Parfumurile noastre, categoriile Anew, Avon Care și Make-up au obținut **certificarea Cruelty Free** din cadrul programului internațional Leaping Bunny
- Am redus cu **21%** ambalajele de plastic în noul nostru portofoliu Beauty+, de modă și design al casei, comparativ cu anul 2022
- Obiectivele noastre de limitare a temperaturii la **1.5 °C**, aliniată cu inițiativa STB, care vizează emisiile de tip 1, 2 și 3 au fost **revizuite și validate în conformitate cu criteriile inițiativei STB. Am redus emisiile noastre de carbon operațional cu 17.6%**
- Am trimis o cantitate de **zero deșeuri operaționale** la depozitul de deșeuri
- **80.3%** dintre ambalajele noastre sunt **reutilizabile, reciclabile sau compostabile**

OAMENI

Crearea unei lumi mai bune pentru femei și pentru toți implică protejarea drepturilor omului pentru toate persoanele din întreaga noastră afacere. Acest lucru include angajații noștri, Reprezentanții și toți cei care lucrează în centrele noastre de distribuție și în unitățile noastre de producție, chiar dacă nu sunt angajați de către noi.

Lucrăm pentru a avansa procesele de identificare, prevenire și atenuare a riscurilor legate de drepturile omului în tot lanțul nostru de aprovizionare și operațiuni până în anul 2027.



Sprijin pentru angajații noștri

Avon își propune să fie un angajator divers, echitabil, incluziv și pe care te poți baza. Angajații noștri beneficiază de cel puțin salariul pentru un trai decent și de o serie de politici de angajare progresive.



“

Anul acesta marchează a cincea mea aniversarea la Avon! Ce se remarcă cel mai mult sunt respectul, pasiunea și dragostea pe care le-am experimentat în timpul petrecut la această companie minunată. Știu că eu (și oricine altcineva) pot fi eu însumi la locul de muncă și că voi fi văzut, ascultat și apreciat.

Werner Botes

Coordonator Global al Grupului de Resurse Asociate - Avon Pride, Avon Africa de Sud

Înțelegerea angajaților noștri și a nevoilor lor

În 2023, 48.7% dintre liderii noștri seniori erau femei (2022: 51.7%). Lucrăm pentru a menține un procent de 50% a femeilor în echipele de conducere. **Suntem mândri că nu avem niciun decalaj salarial inexplicabil între genuri²**

Efectuăm sondaje demografice periodice în anumite piețe³ pentru a ne înțelege forța de muncă și pentru a ne informa activitatea de reprezentare și diversitate.

În 2023, 9% dintre managerii respondenți s-au identificat ca provenind dintr-un mediu sau comunitate subreprezentată. Obiectivul nostru pentru anul 2030 este ca 30% dintre managerii noștri să provină din aceste grupuri.

Ne ascultăm angajații prin intermediul sondajelor Glint, privind implicarea personalului. În 2023, **73% dintre respondenți erau fericiți să lucreze la Avon** iar 82% simțeau că munca pe care o fac la Avon este semnificativă pentru ei.

Cultura noastră diversă și incluzivă

Continuăm să promovăm o cultură incluzivă.

Avem patru Grupuri de Resurse Asociate:

- Beauty in Colour, care militează pentru diversitate rasială
- Women's Network, pentru a continua misiunea noastră de îmbunătățire a vieții femeilor
- PossAbility, care vizează angajații care au un handicap de orice natură
- Avon Pride, o platformă pentru membrii comunității LGBTQIA+.

² Nu există diferențe în ceea ce privește salariul mediu pentru femei și bărbați care să nu se datoreze unor roluri, locații sau experiență/ performanțe diferite. Diferențele mai mici de 1% nu sunt considerate, în general, diferențe.

³ Marea Britanie, Italia, Turcia, Africa de Sud, România și Filipine.

În 2023, Avon Pride a arborat steaguri LGBTQIA+ la birourile noastre din Africa de Sud, Marea Britanie, Polonia și Filipine, ca simbol al solidarității.

Cultura locului de muncă și dezvoltare profesională

Angajații noștri au finalizat **6,091 de ore de instruire pe platforma LinkedIn Learning**, de la managementul proiectelor până la competențe software. Suntem încântați că **871 de participanți au urmat cursurile noastre pentru a-și dezvolta abilitățile de conducere și perspectivele de carieră**. De asemenea, 272 dintre liderii noștri seniori au participat la cursuri în domeniul siguranței psihologice pentru a ne îmbunătăți cultura de incluziune și inovare.

Hackatonul Oameni & Planetă

La Hackatonul nostru din 2023 au participat peste **1,000 de angajați**. Aceștia au trimis peste 70 de idei de sustenabilitate către un portal dedicat și au votat favoritele lor. Am susținut apoi sesiuni de învățare și brainstorming pe teme-cheie care au decurs din aceste idei și am prezentat sugestiile noastre Comitetului nostru de Coordonare a Sustenabilității.

Hackatonul a condus la introducerea webinarilor și newsletterelor noastre lunare, a crescut numărul de voluntari și a sporit implicarea Reprezentanților noștri în acțiuni de sustenabilitate.

Încurajarea Reprezentanților noștri

Milioane de Reprezentanți din regiunile Avon International vând produsele noastre direct către clienții lor. Fiecare vânzare susține femeile deoarece noi investim în femei, **ajutându-le să învețe, să câștige și să își îmbrățișeze puterea.**⁴

Oricine poate deveni Reprezentant Avon și poate lucra așa cum își dorește. Această flexibilitate le oferă putere multor femei, care beneficiază de puține alte oportunități de a genera venituri.

“

Am început să lucrez cu Avon pentru că aveam nevoie de bani în plus. Faptul că am învățat ceva, m-a făcut să am mai multă încredere în mine.

”

Renata
Reprezentant în Polonia

Continuăm să îmbunătățim constant experiența și potențialul de câștig al Reprezentanților noștri. În 2023, am extins **cursul de formare pentru consilier de frumusețe** în încă trei țări. Până acum, peste 10,000 de Reprezentanți au finalizat cursul de formare pentru îngrijirea pielii, parfumuri și make-up, ceea ce le-a crescut vânzările medii cu peste 20%⁵

Îmbunătățim incluziunea digitală a Reprezentanților noștri prin formare și instrumente de vânzare în social media. Știm că Reprezentanții care utilizează instrumente digitale câștigă mai mult. Peste 90% dintre aceștia își plasează acum comenzile online.

De asemenea, **îmbunătățim recompensele și oferim oportunități de franciză de retail** Reprezentanților viabili din punct de vedere comercial, care sunt pregătiți să facă acest pas. La finalul anului 2023, aveam 67 de magazine și chioșcuri de franciză în Turcia și trei în Africa de Sud. Vom lansa mai multe în alte țări în 2024. .

Cum îi încurajăm și îi sprijinim pe Reprezentanții noștri?

- **Compensația** noastră începe de la prima vânzare
- Gama noastră de **instrumente digitale** facilitează conectarea cu clienții și vânzarea online
- **Academia Avon** îmbunătățește cunoștințele Reprezentanților în materie de frumusețe, competențe digitale și vânzări
- Oferim resurse care pot fi distribuite despre campanii și lansări de produse prin intermediul **aplicației noastre Avon ON, Academiei Avon, canalelor social media și newsletterului.**
- **Colectăm feedback** cu privire la experiența Reprezentanților noștri pentru a putea face îmbunătățiri acolo unde este necesar

⁴ Aflați mai multe pe www.avonworldwide.com/supporting-women

⁵ Pe baza Reprezentanților din Marea Britanie și Polonia



”

Este atât de satisfăcător să am independență financiară și să știu că pot avea grijă de familia mea ”

Victoria
Reprezentant în Marea Britanie



Promovarea cauzelor noastre

De la Promisiunea noastră privind combaterea Cancerului de sân la programul nostru de Combatere a Violenței împotriva Femeilor, de la filantropia noastră corporativă la voluntariatul angajaților, **Avon se dedică îmbunătățirii vieții femeilor din întreaga lume.** Facem acest lucru folosindu-ne competențele, vocea noastră globală și prin parteneriate cu organizații specializate.

Prin intermediul Avon și al Fundației Avon, **am donat peste 1 miliard de dolari pentru aceste cauze încă din 1992.** În 2023, am donat 6.2 milioane de dolari și am sprijinit 1 milion de femei și fete prin programele și parteneriatele noastre.



Conștientizare și sprijin pentru combaterea cancerului de sân

Aproximativ una din șapte femei va dezvolta cancer de sân la un moment dat. Dar depistarea timpurie salvează vieți. **Am fost în prima linie pentru creșterea nivelului de conștientizare a cancerului la sân încă din 1992, ajutând la educarea a 180 de milioane de femei despre această boală și finanțând peste 20 de milioane de scanări mamare.**

În timpul Lunii de Conștientizare a Cancerului la Sân 2023, campania noastră globală, **#FeelTheBoobLove**, a încurajat femeile să își verifice sânii lunar, deoarece recunoașterea „normalității” ajută la o depistare mai ușoară a oricăror semne timpurii de cancer.

Această campanie s-a bazat pe cercetările noastre internaționale, care au arătat că 34% dintre femei nu-și verifică sânii în fiecare lună. În general, 24% dintre ele nu cred că ar putea detecta un semn de cancer la sân (umflături, încrețituri, modificări ale mărimumii sau formei, scurgeri/încrustări ale mameloanelor, noduli sau modificări de culoare).

Reprezentanții și angajații noștri au participat la activități care au beneficiat de **o acoperire mediatică extinsă și implicare în social media.** În Filipine, cursa noastră distractivă a strâns 20.000 de dolari pentru societatea Philippine Cancer. În Italia, am colaborat cu aplicația de monitorizare a menstruației, Pepappp, pentru a crește gradul de conștientizare a importanței sănătății sânilor.

Reprezentanții noștri au vizitat 100 de școli din Polonia pentru a educa fetele cu privire la sănătatea sânilor prin intermediul **campaniei NormalForMe.** Până în prezent, am cofinanțat 63.000 de ecografii prin această campanie.

6 Se utilizează în general din considerente de diagnosticare, după o scanare mamografică a sânelor.

“Sprijinul Avon schimbă vieți - permițându-ne să dezvoltăm mai multe instrumente și resurse și să ajungem la un public nou și mai divers. Avon ne ajută să educăm, să încurajăm și să împuternicim națiunea să cunoască ceea ce este normal pentru sâni, pectorali sau piept, iar noi nu putem să îi mulțumim îndeajuns.”

CoppaFeel!

partenerul nostru caritabil pentru cancerul la sân din Marea Britanie



Acțiune împotriva violenței bazate pe gen

1 din 3 femei se va confrunta cu violența bazată pe gen (GBV), cum ar fi vătămarea fizică sau sexuală, control coercitiv sau violența domestică.

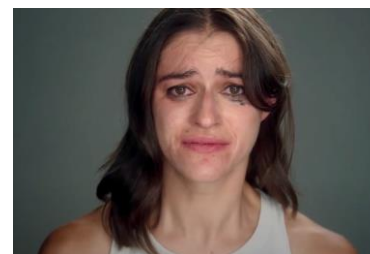
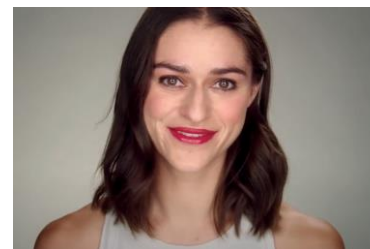
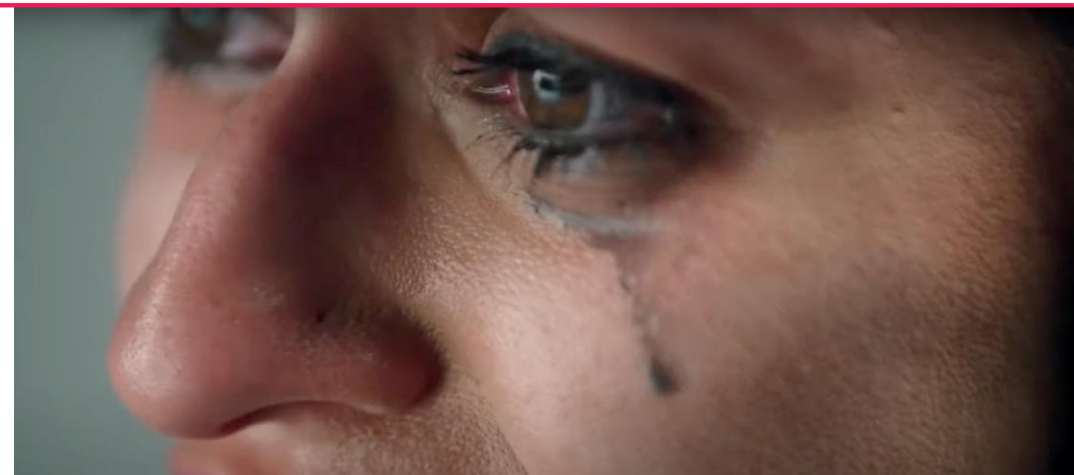
Avem o abordare orientată spre creșterea gradului de conștientizare a problemei și a locurilor unde se poate obține ajutor, în special prin parteneriatul nostru cu organizația caritabilă globală NO MORE. De asemenea, finanțăm servicii de primă linie în mai multe țări.

Protocolul nostru privind violența bazată pe gen ne ajută să îndrumăm orice asociat Avon care suferă sau suspectează violență de gen către un sprijin extern confidențial. Toți angajații noștri primesc cursuri în domeniul **GBV**, iar ambasadorii noștri GBV primesc cursuri suplimentare pentru a-și sprijini colegii.

Timp de trei zile, în noiembrie, Avon, Parteneriatul Global Vital Voices și Asociația pentru Libertate și Egalitate de Gen **au reunit 65 de specialiști pentru a îmbunătăți sprijinul privind violența de gen în România și Ucraina.** Sesiunile au abordat subiecte precum îmbunătățirea coordonării între agenții. 100% dintre respondenți au declarat că evenimentul le-a sporit cunoștințele, înțelegerea și încrederea.

În timpul celor **16 zile de activism împotriva violenței bazate pe gen**, noi și NO MORE am evidențiat abuzul domestic bazat pe aspectul fizic, care adesea precede violența fizică. Machiajul ar trebui să fie distractiv, dar cercetarea noastră internațională a arătat că 20% dintre femei au avut un partener care le-a influențat în privința deciziei de a se machia, 20% au avut un partener care a controlat acest lucru și 39% au văzut o prietenă care a trecut prin această experiență.

Dacă dumneavoastră sau cineva pe care îl cunoașteți suferă de abuz, vă rugăm să **faceți clic aici pentru a găsi organizații care vă pot ajuta.**



Tutorialul de machiaj inversat, videoclipul nostru puternic bazat pe experiențele reale ale femeilor, atrage atenția asupra acestei probleme. Filmul prezintă un bărbat care își demachiază partenera în timp ce o abuzează verbal. În fiecare țară, am colaborat cu ONG-uri locale partenere pentru a face cunoscute sursele de sprijin.

Tutorialul de machiaj inversat a câștigat

4.7 milioane

de impresii în social media și **136,600** de interacțiuni, incluzând povești ale femeilor care și-au împărtășit propriile experiențe. Campania a generat **cel mai mare engagement dintre toate postările de pe canalele NO MORE** în timpul celor 16 zile de activism împotriva violenței de gen.

“ Suntem recunoscători echipei Avon pentru dezvăluirea realității cutremurătoare cu care se confruntă multe femei în fiecare zi. Acest videoclip, bazat pe experiențele supraviețuitoarelor violenței domestice, crește gradul de conștientizare, dar îi și îndrumă pe cei afectați către căi de sprijin ”

Pamela Zaballa
CEO, NO MORE

Ajutor în vremuri de criză

A face lumea un loc mai bun pentru femei și pentru toată lumea înseamnă să intervenim atunci când apar crize.

Pe parcursul anului 2023, am continuat să ne sprijinim Reprezentanții, angajații și alte **persoane afectate de războiul din Ucraina**, atât persoanele din Ucraina, cât și refugiații din țările vecine.

Am **donat 74,391 de produse Avon** persoanelor afectate de război, în special produse de igienă, cum ar fi geluri de duș și șampoane.

De asemenea **am donat 12.913 articole de îmbrăcăminte și 2.020 de păături** pentru a răspunde nevoilor acestora. Autoritățile locale și Fundația Help the Ukraine Children au distribuit aceste articole către spitale, orfeline și către un centru pentru copii cu dizabilități, persoanelor din orașele afectate de inundații din Ucraina și refugiaților din Polonia.



În mod tragic, cinci dintre liderii noștri de vânzări și 143 de reprezentanți au fost uciși atunci când **cutremurul devastator și replicile au lovit Turcia și Siria** în februarie. Simțim profund pierderea lor.

Fundația Avon și Natura & Co **au donat rapid 100.000 de dolari pentru două ONG-uri** - Kamer și Federația Asociațiilor de Femei din Turcia - care sprijină femeile în diverse moduri. În total, inițiativele noastre de a oferi **sprijin psihologic au ajuns la 500.000 de femei** din regiunea afectată.

Avon a oferit, de asemenea, sprijin direct reprezentanților și colegilor noștri din regiune, inclusiv alimente, încălzire și produse de igienă.

« Vreau să le mulțumesc tuturor celor care au donat bani, bunuri sau timp pentru a-i ajuta pe cei afectați de cutremure. Vom continua să ne susținem echipele la fața locului, precum și să trimitem gândurile și rugăciunile noastre tuturor celor afectați. »

Orkun Gul

Director General Avon, Asia Pacific, Orientul Mijlociu și Africa

Înțelegerea lanțului nostru de aprovizionare

Avon International are peste 16.500 de furnizori direcți și indirecti. **Asigurarea unor standarde înalte pentru lanțul nostru de aprovizionare ne ajută să avem un impact pozitiv asupra oamenilor și planetei.**

În 2023, am obținut o înțelegere mai profundă a furnizorilor noștri, în special în legătură cu emisiile lor de carbon, pentru a construi o bază solidă și bazată pe dovezi pentru viitoarele activități ale lanțului de aprovizionare.

O **echipă dedicată și politici stricte** ne ajută să atingem obiective ambițioase privind practicile de angajare și aprovizionare ale furnizorilor noștri. De exemplu, politicile noastre referitoare șase materiale critice care pot fi asociate cu riscuri sociale sau de mediu (ulei de palmier, hârtie, bumbac, soia, mica și alcool) stabilesc standarde riguroase privind originea lor (trasabilitate) și certificarea conform standardelor internaționale specifice.

În 2023, **am testat originea ADN a probelor de bumbac** pentru a le îmbunătăți trasabilitatea. Majoritatea probelor au confirmat originile așteptate, iar orice anomalii au fost abordate cu furnizorii. Secțiunea noastră, **Beauty+**, subliniază un alt proiect de trasabilitate a bumbacului cu **Cotton Made In Africa**. Pe parcursul anului, am avut și **un impact social pozitiv prin proiectele lanțului de aprovizionare cu ulei de palmier și mica** (vezi pagina16).

- Am realizat **o trasabilitate între 89% și 100%** pentru materialele noastre critice și am certificat **92% din uleiul nostru de palmier** (2022: 57.5%) și **84% din hârtia noastră** (2022: 76.8%), ceea ce ne pune pe drumul cel bun pentru a ne atinge **obiectivele**.
- Stronger Together, o organizație care abordează exploatarea forței de muncă, a filmat **Taking Stock** în depozitul nostru din Corby. Acest film de ficțiune evidențiază responsabilitățile pe care le au afacerile față de lucrătorii agențiilor.
- Ca parte a Natura &Co, am obținut scoruri ridicate în toate domeniile **Scorului de certificare Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) privind responsabilitatea comună**. Am obținut un scor de 8 din 10, comparativ cu media sectorului de 2.1.

Am lansat un nou program de **implicare a furnizorilor** adunând informații despre acreditările lor ESG și despre emisiile de carbon. Am organizat ateliere de informare și instruire cu furnizorii-cheie și ne-am întâlnit cu 17 dintre principalii noștri furnizori de ambalaje și materii prime pentru a discuta **următorii pași**. De asemenea, am introdus un sistem de premiere pentru a recunoaște și a stimula impactul social și de mediu al furnizorilor.



Impactul pozitiv în industria uleiului de palmier

Avon este membru al inițiativei [Action for Sustainable Derivatives](#) (ASD), o colaborare care abordează probleme de mediu și sociale legate de lanțurile de aprovizionare cu ulei de palmier și derivate din sămburi de palmier.

Proiectul-pilot al ASD, **Respect in Palm**, susține femeile care lucrează pe plantațiile de palmieri din Indonezia, care pot fi supuse **violentei de gen** (GBV). Scopul proiectului este de a preveni și de a aborda aceste aspecte prin cursuri de formare la locul de muncă în Kalimantanul Central.

Împreună cu partenerul local YCP (CARE Internațional în Indonezia), proiectul își **consolidează capacitatea lucrătorilor și a supervisorilor de a identifica și răspunde la GBV și la hărțuire**, prin politici adaptate local și mecanisme de plângere. Au avut loc 20 sesiuni de formare, alături de trei sesiuni privind consolidarea politicilor și abordărilor la locul de muncă și implementarea mecanismelor de plângere.

Tabloul de evaluare **Sustainable Palm Index (SPI)** pentru furnizorii direcți și indirecti de derivate din ulei de palmier are ca scop evaluarea practicilor acestora de achiziționare durabilă și stimularea îmbunătățirilor. În 2023, Avon a primit feedback detaliat cu privire la 14 dintre furnizorii noștri, cu rezultate bune. **64% dintre acești furnizori folosesc practici de clasă superioară**. Nu existau furnizori neconformi, dar vom colabora cu doi dintre cei care pot avea îmbunătățiri.

1
6

Impactul pozitiv în industria de mica

Ca membru al [Responsible Mica Initiative \(RMI\)](#), Avon contribuie la finanțarea abordării incluzive a RMI pentru consolidarea sănătății locale, a educației și a autonomizării femeilor în India. Începând cu anul 2018, de această inițiativă au beneficiat **95,000 de persoane din 180 de sate** din statele Jharkhand și Bihar.

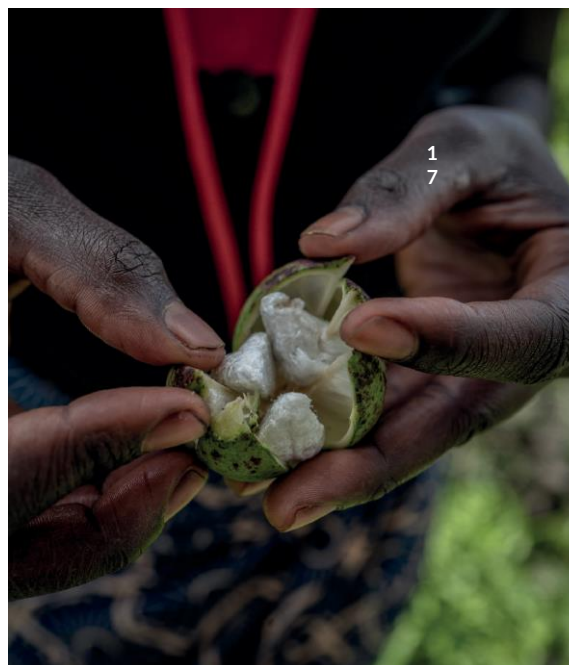
RMI a înființat 14 centre noi care sunt folosite de peste 3.000 de gospodării. Aproape 3.500 de membri ai comunității au participat la **cursuri de formare agricolă și zootehnică**. 2.145 de persoane, în principal femei, au participat la **sesiuni de educație financiară** pentru a-și dezvolta capacitățile în sarcini precum păstrarea evidenței și administrarea unui cont bancar.

PLANETĂ



La Avon, integrăm din ce în ce mai mult sustenabilitatea în procesul nostru de luare a deciziilor de afaceri de zi cu zi. Asta înseamnă tot ce facem, peste tot.

Suntem într-o călătorie de îmbrățișare a principiilor circulare, prin dezvoltarea de produse și de îmbunătățire a operațiunilor noastre și lucrăm cu furnizorii noștri pentru a le îmbunătăți pe ale lor.



Inovație durabilă

Ca un brand global de frumusețe, **utilizarea de formule de produse și ambalaje social responsabile și ecologice îmbunătățește impactul nostru asupra oamenilor și al planetei.** De asemenea, modelează practici pozitive pentru clienții noștri și pentru alte afaceri.

Prioritizăm realizarea schimbărilor care vor avea **cel mai mare impact pozitiv.** Și, desigur, ne asigurăm că produsele noastre rămân **extrem de eficiente, au o valoare excelentă și ajung în condiții perfecte.**

Până în 2030 vom livra:

- **95+%** formule biodegradabile de clătire (am ajuns la 90.9% în 2023)
- **100%** dintre ambalajele noastre vor fi reutilizabile, reciclabile sau compostabile (am ajuns la 80.3% în 2023)
- **100%** dintre noile noastre formule vor avea amprentă de mediu mai mică pe durata ciclului de viață decât versiunile anterioare
- **50%** dintre ambalajele de plastic pe care le folosim vor fi reciclabile (am ajuns la 4.1% în 2023, depășindu-ne obiectivul stabilit)



Inovație pentru fardul de pleoape

Inovațiile noastre de produse și ambalaje merg adesea mână în mână. Fardurile noastre de pleoape reinventate arată cum regândim toate elementele unui produs și ambalajul acestuia pentru a le crește durabilitatea, scăzând amprenta de carbon și făcându-le mai reciclabile, fără a transfera costurile clienților noștri.



Aceste noi palete de fard de pleoape sunt la vânzare de la începutul anului 2024.



Mica verificată de terți în raport cu Responsible Mica Initiative (RIM)

Fără oglindă, fără închizătoare metalică și fără aplicatoare cu materiale mixte

Fără plastic, salvând aproximativ 19 tone de plastic anual

Cu 3.05g mai puțin aluminiu per paletă, adeziv pe bază de apă și orificii în baza paletei pentru a facilita îndepărtarea și reciclarea.

Paletă realizată din hârtie certificată de către Forest Stewardship Council (FSC)

Inovații de formulă

2023 a fost un an interesant pentru îmbunătățirea impactului social și a amprentei de mediu a produselor Avon.

Am dezvoltat, recrutat și integrat o **nouă echipă calificată dedicată formulelor durabile de produse** și cercetării tehnologice, crescând astfel capacitatea noastră în acest domeniu.

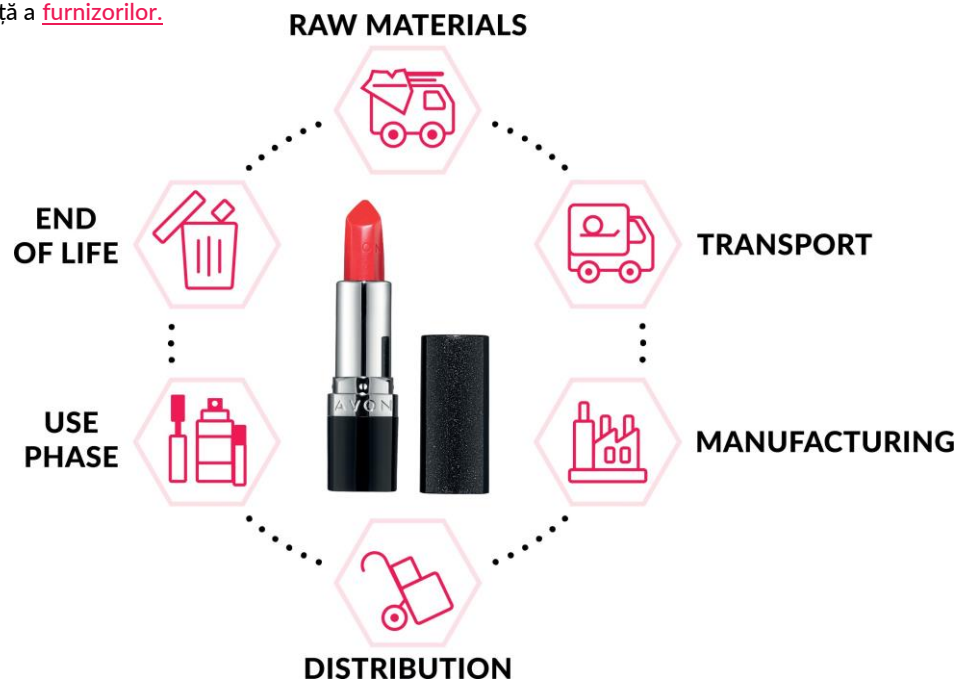
De asemenea, **am dezvoltat harta noastră de reducere a emisiilor de carbon** legate de formulele produselor noastre, pe baza:

- Explorării de ingrediente ecologice și bio, tehnologii emergente și noi formule de produs
- Trecerea la ingrediente organice și certificate, agricultură regenerativă, ingrediente reutilizate și biotehnologie.
- Concentrarea pe ingrediente-cheie: alcool, surfactanți, silicon și ulei
- Simplificarea liniei noastre de produse

În 2023, am **lansat o nouă abordare de analiză a ciclului de viață pentru toate formulele de produse**, folosind instrumentul de evaluare a ciclului de viață Quantis. Aceasta analizează impactul produselor noastre în fiecare etapă, de la ingredientele lor până la modul în care sunt făcute, utilizate și eliminate. Fiecare produs este punctat în funcție de 16 indicatori diferiți.

Am dezvoltat o **nouă strategie de biodegradabilitate** care a identificat ingredientele cheie pe care dorim să le eliminăm treptat, cum ar fi siliconii, polimerii și agenții de condiționare. Următorul nostru obiectiv este să schimbăm ingredientele începând din 2025, concentrându-ne inițial pe șampoanele și balsamurile noastre. Împreună cu colegii noștri din departamentul de achiziții, **am început să cercetăm alternative de ingrediente cu un nivel mai scăzut de carbon**, bazate pe analiza ciclului de viață a [furnizorilor](#).

Împreună cu colegii noștri de la Natura & Co, Avon rămâne un membru activ al Consorțiului **EcoBeautyScore (EBS)**. Acest lucru ne va ajuta să îmbunătățim transparența impactului produselor noastre asupra mediului în sectorul nostru, nu doar în cadrul propriului nostru business.



Suntem membri activi în:

- [Consortiul Eco Beauty Score](#) și grupuri de lucru
- Consiliul consultativ al [Coalitiei Sustainable Beauty din cadrul British Beauty Council](#)
- Comitetului de sustenabilitate al [Asociației Cosmetic, Toiletry & Perfumery](#)

Ingrediente inovatoare în 2023

Uleiul nostru de parfum din Today Tomorrow Always Everlasting este biodegradabil în proporție de 73,5%, iar producția sa implică acum emisii de carbon reduse și un consum mai mic de apă.



Parfumul nostru Far Away Beyond the Moon conține ulei de lemn de santal sustenabil și reciclat și folosește tehnologie ecologică pentru a capta parfumul, lăsând intactă floarea Belle de Nuit.



Inovații de ambalare

Pe parcursul anului, am continuat să implementăm modificări pentru a reduce amprenta de mediu a ambalajelor noastre în mai multe moduri.

Echipa noastră globală de inginerie de ambalare a lansat aproximativ 170 de inovații noi în 2023, asigurându-se întotdeauna că fiecare ambalaj nou face un pas înainte în direcția durabilității. Echipa noastră de ambalare investighează neobosit alternative mai ecologice, mai reciclabile și mai ușoare împreună cu furnizorii noștri. De exemplu, în 2023 am schimbat **ambalajele pentru gelul de duș și șampon Full Speed Electric la sticle din polietilen tereftalat 100% reciclat (rPET)**, ceea ce reduce emisiile de carbon cu 40%.

Per total, **am folosit cu 3% mai puțin plastic în ambalaje** decât în 2022 și am crescut utilizarea plasticului reciclat post-consum (PCR) la 4,1% din totalul plasticului utilizat. Am realizat acest lucru prin includerea PCR în unele tuburi de produse și prin reducerea plasticului în ambalaje, inclusiv pentru **Feelin Fresh Deo-Cream** (-7%) și **loțiunile de corp Avon Care** (-17%).

Suntem membri activi ai:

- Grupul operativ **SPICE** de reciclare a plasticului
- [RecyClass](#)
- [Circpack](#)
- [Ecolnvent](#)



Proiecte-pilot de ambalare în 2023

Am început să investim în sisteme reîncărcabile pentru produsele noastre de parfum și am efectuat un proiect-pilot pentru a îndepărta foliile de plastic de pe parfumurile noastre.

Am început testele de utilizare a bioplasticului pe bază de polihidroxicacanoat (PHA) în loc de plastic virgin. Acești polimeri naturali sunt produși într-un mod care utilizează carbonul din aer.

Portofoliul nostru de modă și design al casei: Beauty+

Reducem utilizarea plasticului în portofoliul nostru Beauty+ (Modă și casă). În 2023, produsele Beauty+ din toate regiunile, cu excepția Africii de Sud, au devenit produse fără PVC și suntem pe cale să avem doar produse fără PVC în 2024.⁷ Ambalajul nostru Beauty+ era deja fără PVC.

În medie, în 2023 am folosit cu 21,6% mai puțin plastic în ambalajele produselor Beauty+. Am schimbat ambalajul pentru bijuterii din plastic într-un plic de cadou reciclabil și certificat FSC și o cutie de protecție. De asemenea, încurajăm clienții noștri să refolosească ambalajele, arătându-le că, de exemplu, borcanele noastre cu parfum de casă pot stoca și alte articole.

Suntem membri activi ai:

- [Cascale](#)
- [Cotton Made in Africa](#)



”Salutăm Avon, primul nostru partener din sectorul cosmeticelor. Acest lucru ne ajută să extindem programele de formare și proiectele pentru rezistența la schimbările climatice și să extindem avantajele sociale și de mediu ale cultivării durabile a bumbacului ”

Tina Stridde
Director General
Fundatia Aid by Trade, care conduce CmiA

Analizăm îmbrăcămintea noastră Beauty+ pentru a calcula cu precizie impactul ei asupra mediului și pentru a identifica modalități de a reduce emisiile de carbon și utilizarea plasticului. Avon **s-a alăturat Cascale**, al cărui indice de durabilitate a materialelor HIGG ne va permite să calculăm impactul asupra mediului pe întreg ciclul de viață al acestor produse.

Am **continuat să reducem deșeurile** prin întreruperea strategică a liniilor de produse și donarea stocurilor neutilizate către organizații de caritate. Am început să vindem stocuri nevândute – vânzarea a 800 de paletți printr-un singur program.

⁷ Produsele mai vechi pot rămâne în vânzare în unele piețe în 2024.

Pijamale cu vibe pozitiv

[Cotton Made in Africa](#) (CmiA) este un standard recunoscut internațional care are ca scop îmbunătățirea condițiilor pentru 1 milion de fermieri la scară mică, inclusiv femei. Am **lansat bumbacul verificat CmiA Hard Identity Preserved (HIP) în pijamalele noastre**, care vor fi puse în vânzare în 2024.

CmiA promovează drepturile omului și egalitatea de gen pentru toți fermierii și lucrătorii în fabrici, și investește în agricultura regenerativă. Bumbacul CmiA are trasabilitate completă și nu utilizează irigații sau semințe modificate genetic. **De asemenea, produce cu 13% mai puține emisii de carbon** decât bumbacul standard. În continuare, vom introduce bumbacul CmiA în lenjeria noastră intimă.



Resurse pe care le utilizăm

În operațiunile noastre de zi cu zi, ne străduim să reducem consumul de energie și de apă, să generăm mai puține deșeuri și să creștem reciclarea.

Ne-am depășit obiectivele pentru 2023 în aceste domenii, reducând intensitatea consumului de apă cu 8.2% și intensitatea deșeurilor cu 6.3%. Ne-am crescut ușor rata de reciclare operațională la 97,1%. Și, pentru prima dată, **am trimis zero deșeuri operaționale la groapa de gunoi**.

În 2023 **am trecut parțial de la energia electrică pe bază de cărbune la energie din gaz natural pentru principalul nostru sit de producție din Polonia**. Acest lucru a dus la reducerea emisiilor noastre de carbon cu 1.900 de tone. De asemenea, am consolidat producția în mai puține ture, pentru a evita încălzirea și iluminarea sitului pe timpul serii și weekendurilor - reducând aproximativ 800 de tone de emisii de carbon în fiecare an.

Datorită eficienței mai mari în timpul producției și curățării **am redus semnificativ consumul de apă** în cel mai mare dintre siturile noastre de producție. După o analiză a risipei, am început să separăm mai multe materiale pentru a crește ratele noastre de reciclare și să stocăm materiile prime în cantități mai mari pentru a reduce numărul de ambalaje. **Continuăm să explorăm alte modalități de reducere a amprentei noastre ecologice**, inclusiv utilizarea surselor de energie regenerabilă în mai multe dintre siturile noastre.

Utilizarea resurselor noastre se bazează, de asemenea, pe angajații și partenerii noștri care adoptă o mentalitate sustenabilă în munca lor de zi cu zi. Desfășurăm în mod regulat cursuri de formare și comunicăm constant acțiunile noastre actuale și planificate de sustenabilitate.



Suntem membri activi ai:



Planul nostru de decarbonizare

Am atins o etapă importantă în 2023 când **inițiativa Science-Based Targets (SBTi) a verificat obiectivele Natura & Co pentru 2030 pentru reducerea dramatică a emisiile noastre de carbon**. SBTi definește cele mai bune practici în strategii care contribuie la limitarea încălzirii globale la 1,5°C peste nivelurile preindustriale.

În 2023, am redus emisiile de carbon din domeniile 1 și 2 cu 35% față de nivelul de referință din 2020 prin practici din ce în ce mai sustenabile, îmbunătățirea durabilității produselor noastre și niveluri de producție mai scăzute. **Emisiile noastre de carbon din domeniul 3 au scăzut cu 39%** față de valoarea de referință din 2020, în principal datorită nivelurilor de producție mai scăzute, dar și a inițiativelor de economisire a carbonului și a modificărilor portofoliului.

Obiectivele noastre SBTi

Ne angajăm să reducem valoarea absolută pentru:

- Emisiile de gaze cu efect de seră de tipurile 1 și 2 vor fi reduse cu 42% între 2020 și 2030⁸.
- Emisiile de gaze cu efect de seră de tipul 3⁹, provenite din achiziționarea de bunuri și servicii, transportul și distribuția în amonte (pre-producție) și tratamentul produselor vândute la sfârșitul ciclului de viață, vor fi reduse cu 42% între 2020 și 2030.

⁸ Cele cauzate direct de afacerea noastră și de consumul de energie.

⁹ Emisii indirecte asociate afacerii noastre, cum ar fi cele generate în lanțul nostru de aprovizionare.

¹⁰ Cele precum transportul în aval, deșeurile, călătoriile de afaceri și ale angajaților etc.

Planul nostru de acțiune pentru tranziția climatică în vederea reducerii emisiilor de carbon de-a lungul lanțului nostru valoric are șase direcții-cheie de lucru, reflectând domeniile care generează în prezent cele mai mari emisii (vezi tabelul de pe pagina 24).

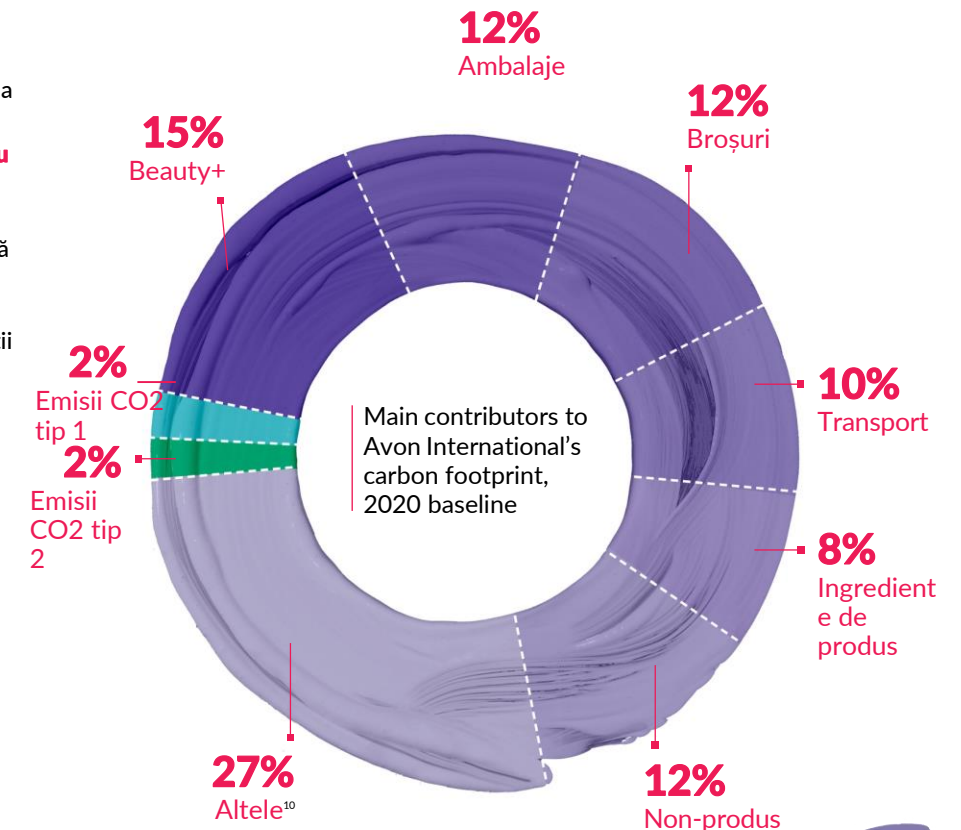
Fiecare flux de lucru are o foaie de parcurs care utilizează **un ciclu de viață complet și o abordare holistică pentru a obține cel mai mare impact posibil**.

Acestea vor fi adaptate și îmbunătățite în mod continuu pe măsură ce devin disponibile noi perspective și tehnologii. Vom furniza rapoarte interne trimestriale pentru a urmări progresul acestora. În timp ce fiecare foaie de parcurs este adaptată unei anumite direcții de lucru, fiecare implică **trecerea la materiale/metode mai puțin intense în carbon, consolidarea sistemelor, proceselor și datelor noastre și interacțiunea cu furnizorii noștri**.

În portofoliul nostru de produse, **trecem la materiale și formule mai puțin intense în carbon**. Scăderea dimensiunii portofoliului nostru Beauty+ ne-a redus emisiile cu 3%. Am început deja să lansăm **produse și ambalaje** cu soluții care consumă mai puțin carbon, pentru a ajuta la reducerea amprentei noastre de carbon.

Transportul ingredientelor și produselor noastre finite contribuie semnificativ la emisiile noastre din domeniul 3. În 2023 am început o revizuire aprofundată a reducerii acestor emisii, prin **planificarea mai eficientă a rutelor, sisteme optimizate și utilizarea metodelor alternative de transport**.

În 2023, ne-am consolidat semnificativ sistemele și datele și am lansat **programul nostru de implicare a furnizorilor** axat pe carbon. De asemenea, am educat echipele Avon să ia în considerare impactul carbonului ca parte a deciziilor comerciale de bază. **Testăm tariful internă a carbonului pentru a evalua impactul inițiativelor comerciale și proiectelor de reducere a emisiilor**.









Proiectul de Dezvăluire a Carbonului (CDP) și Grupul operativ privind informațiile financiare legate de climă (TCFD)

Strategia noastră de reducere a carbonului se aliniază cu CDP și TCFD. În 2023, CDP a evaluat performanța noastră la nivelul B, cu patru note mai mare decât scorul nostru anterior. Acest lucru demonstrează că suntem pregătiți să abordăm riscurile, oportunitățile, governanța și performanța legate de climă.

Am început pregătirile pentru dezvăluirea TCFD din 2024. Experții în sustenabilitate de la SLR Consulting au efectuat o analiză detaliată a riscurilor și oportunităților legate de climă în întreaga companie Avon și ne-au comparat cu afaceri similare. Echipa noastră de conducere ne-a ajutat să revizuim aceste oportunități și riscuri și să planificăm modul în care să le reflectăm în deciziile noastre de afaceri.

Susținem recomandările TCFD și considerăm că această dezvăluire reprezintă un pas în călătoria noastră de a gestiona și de a răspunde mai bine riscurilor legate de climă și de a valorifica oportunitățile legate de aceasta. Dezvăluirea noastră ne permite să ne conformăm cu Reglementările 2022 privind companiile (Raportul strategic) (Dezvăluirea financiară legată de climă) și cu Reglementările 2022 privind parteneriatele cu răspundere limitată (Divulgarea financiară legată de climă) din 2022, privind publicarea obligatorie a informațiilor financiare legate de climă.

Avon se angajează să asigure transparență totală în călătoria sa către sustenabilitate și rezistență la schimbările climatice.

Direcții de activitate a Planului de Acțiune pentru Tranziția Climatică		Tip emisie	Exemple de inițiative
	Operațional (utilizarea energiei și a gazelor de răcire)	1 și 2	Schimbarea sursei de energie din unitatea principală de producție, de la energie produsă de cărbune la cea provenită din gaze naturale
	Ambalare	3	Creșterea conținutului de plastic reciclat post-consum (PCR) în ambalajele noastre, colaborând cu furnizorii noștri
	Materii prime	3	Trecerea la surse de etanol cu un consum mai mic de carbon, colaborând cu furnizorii noștri
	Beauty+	3	Revizuirea portofoliului nostru, luând în considerare intensitatea carbonului – eliminarea liniilor de producție cu intensitate ridicată a carbonului, de exemplu încălțăminte
	Distribuție și transport	3	Creșterea utilizării transportului maritim față de transportul aerian și utilizarea capacității de rezervă în containere umplute parțial, utilizate de furnizorul nostru de logistică
	Materiale pentru consultanță	3	Reducerea utilizării materialelor pe suport de hârtie de către reprezentanții noștri și utilizarea din ce în ce mai frecventă a instrumentelor digitale

Sprijin pentru bunăstarea animalelor



Avon crede că testarea pe animale este inutilă, punct.

Nu testăm niciodată produse sau ingrediente pe animale și nu cerem furnizorilor noștri să facă acest lucru și pledăm pentru alternative la testarea cosmeticelor pe animale de peste 30 de ani.

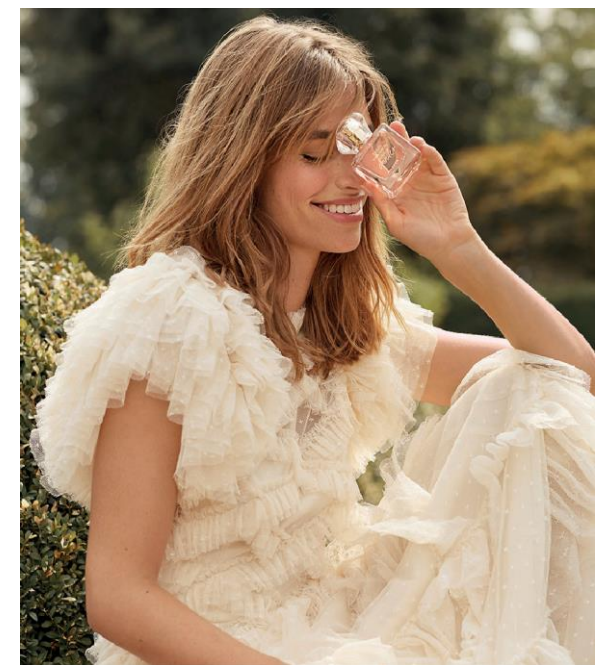
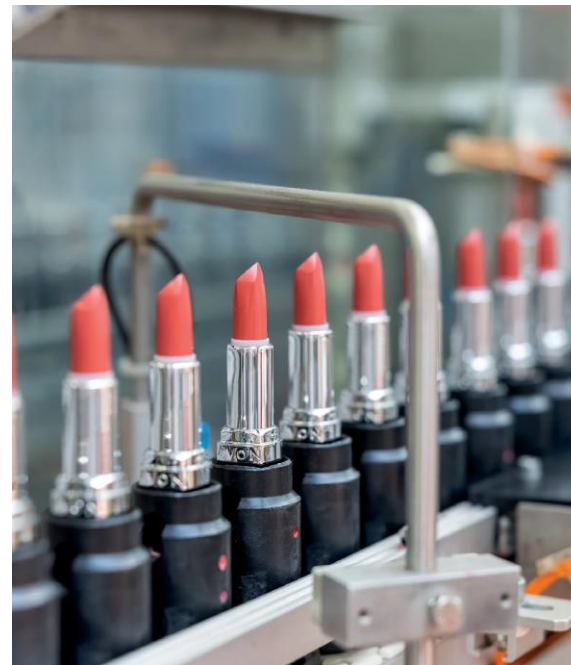
În 2023, am fost încântați că **Cruelty Free International a acordat certificarea Leaping Bunny pentru parfumurile noastre, gamele Avon Care, Anew și Make-up**. Aceasta înseamnă că niciunul dintre ingredientele acestor produse de uz cosmetic nu a fost testat pe animale. Monitorizăm în mod proactiv furnizorii noștri pentru a ne asigura de acest lucru, iar sistemul nostru de monitorizare a furnizorilor este, de asemenea, auditat independent. Până la jumătatea anului 2024, ne așteptăm ca toate categoriile noastre să obțină acreditarea Leaping Bunny.

”Obținerea aprobării Avon în cadrul Programului Leaping Bunny este o adevărată reușită, demonstrând angajamentul lor de a ajuta la stoparea testării pe animale a produselor cosmetice.”

Michelle Thew CEO,
Cruelty Free International



ANEXĂ



Obiective de sustenabilitate

Legendă



Îndeplinit



Pe drumul cel bun



Facem progrese

Progresul Avon International până în prezent

Pilon strategic	Obiectiv	An-țintă	Performanță de referință & anul	Perfor manță 2022 (fără Rusia)	Perfor manță 2023 (fără Russia ¹⁾	Progres
Încurajarea femeilor în antreprenariat	Mai multe femei câștigă mai mult cu Avon: măsurabil prin productivitate reprezentativă	2030	2022	N/A	Productivitatea reprezentanților a crescut cu 12%.	
	Creșterea competențelor digitale ale Reprezentanților noștri: măsurate procentual prin penetrare digitală	2030	2022	N/A	Vânzările digitale au crescut cu 1.5%, cu o contribuție de 6.9% determinată de vânzările și piețele online.	
Creșterea nivelului de conștientizare a cancerului la sân & ajutor pentru stoparea violenței împotriva femeilor	Mentținerea donațiilor în cauze-cheie an de an (Avon Intenational și Fundația Avon)	2030	\$5.5M (2021)	\$6.1M	6.2 milioane de dolari	
	Sprrijinirea a 1 milion de femei și fete anual prin programe și parteneriate cu ONG-uri până în 2030	2030	2023	N/A	1 milion de femei impactate pozitiv datorită donațiilor Avon (de referință)	
	Implicarea a 50% dintre angajați în activități de voluntariat	2025	2023	N/A	36%	
Implementarea diversității, echității și incluziunii și plata salariului de subzistență	Plata salariului 1A ² de subzistență pentru toți, din 2023 (1A = costuri de trai pentru 1 adult, 2A2C = costuri de trai pentru 2 adulți și 2 copii)	2023	99% (2021)	100% (1A) 100% (2A2C)	100% (1A) 98.2% (2A2C)	
	Mentținerea a 50% dintre femeile în funcții de conducere de la finalul anului 2023	2023	52% (2021)	51.7%	48.7% (plus 1% pentru persoane din sexul nedeclarat)	
	Plată echitabilă, fără decalaje salariale inexplicabile între femei și bărbați din 2023	2023	(-)1.27% (2021)	0.79%	(-)0.84%	
	30% dintre membrii echipei de management să provină din comunități subreprezentate	2030	9% (2023)	N/A	9% (de referință)	

¹Toate rezultatele exclud Rusia cu excepția STB

²sau peste

Obiectivele de sustenabilitate
au continuat

Pilon strategic	Obiectiv	An-țintă	Performanță de referință & anul	Performanță 2022 (fără Rusia)	Performanță 2023 (fără Rusia)	Progres				
Apărarea drepturilor omului	Proces avansat de identificare, prevenire și atenuare a riscurilor legate de drepturile omului în lanțul nostru de aprovizionare și operațiuni până în 2027; Ne asigurăm că interacționăm cu părțile interesate potențial afectate, că promovăm accesul la căi de atac și ne folosim resursele pentru un impact pozitiv.	2027	Obiectiv nou pentru 2024	N/A	N/A	N/A				
Protejarea biodiversității & naturii	Trasabilitate completă și/sau certificare pentru lanțurile critice de aprovizionare până la sfârșitul anului 2025: ulei de palmier, mică, hârtie, alcool, soia, bumbac.	2025	Toate cele 6 politici au fost aprobate (2021)		Trasabilitate	Certificare		Trasabilitate	Certificare	
				Hârtie	n/a	76.8%	Hârtie	n/a	84%	
				Ulei palmier	91.7%	57.5%	Ulei palmier	96%	92%	
				Alcool	100%	0%	Alcool	100%	0%	
				Bumbac	98.2%	n/a	Bumbac	96.4%	n/a	
				Mica	100%	0% (verificare de către terți)	Mica	100%	8% (verificare de către terți)	
Reducerea emisiilor de carbon	Reducerea emisiilor absolute de GES de tip 1 și 2 cu 42 % până în 2030 față de anul de referință 2020 ³ <small>³Emisii bazate pe localizare</small>	2030	0% (2020) 52,367 TCO2e	-29.4% 36,980 TCO2e	-35.0% 34,048 TCO2e					
	Reducerea emisiilor absolute de GES de tip 3, provenite de la bunurile și serviciile achiziționate, transportul și distribuția în amonte și tratarea la sfârșitul ciclului de viață al produselor vândute cu 42% până în 2030, față de anul de referință 2020	2030	0% (2020) 426,589 TCO2e	-17.6% 351,679 TCO2e	-41.5% 249,691 TCO2e					
	Devenirea Net Zero pentru a contribui la limitarea încălzirii globale la 1,5 °C peste nivelurile preindustriale, în conformitate cu criteriile SBTi (2050)	2050	Vezi mai sus	Vezi mai sus	Vezi mai sus					
Continuarea poziționării drept companie Cruelty-free	Certificare Cruelty Free International Leaping Bunny pentru toate mărcile în 2024	2024	N/A	N/A	Certificare pentru parfumuri, categoriile, Anew, Avon Care and Make-up					

Pilon strategic	Obiectiv	An-țintă	Performanță de referință & anul	Performanță 2022 (fără Rusia)	Performanță 2023 (fără Rusia)	Progres
Promovăm circularitatea & sustenabilitatea pe tot parcursul ciclului de viață al produselor noastre	50% conținut reciclat pentru tot plasticul utilizat (în greutate)	2030	0.9% (2021)	2.7%	4.1%	
	Material de ambalare 100% reutilizabil, reciclabil sau compostabil	2030	79% (2021)	79.7%	80.3%	
	95%+ formule biodegradabile de clătire	2030	91.1% (2021)	91.7%	90.9%	
	100% dintre formulele noi să aibă amprente mai mici asupra mediului, măsurate prin LCA	2030	N/A	N/A	Am dezvoltat, testat și implementat instrumentul	
	25% plastic PCR în ambalajele produselor Beauty+ până în 2025 și 50% până în 2030 (numai APAC)	2025 /2030	Obiectiv nou pentru 2024	N/A	N/A	N/A
Reducerea consumului de apă și a deșeurilor	Reducerea intensitatea deșeurilor cu 1% de la an la an (anual) (2023)	2023	- 11% (2021)	-1%	-6.3%	
	Reducerea intensitatea consumului apei cu 0,5% de la an la an (2023)	2023	2.4% (2021)	-1.2%	-8.2%	
	Menținerea obiectivul de zero deșeuri operaționale trimise la depozitul de gunoi	2023	-42% (2021)	-72.9%	Zero	
	Creșterea reciclării din operațiunile noastre la 97,3% până în 2023	2023	96.1% (2021)	96.3%	97.1%	

Date despre amprenta de carbon

Emisiile de gaze cu efect de seră de tip 1,2&3 ale Avon International

Datele noastre privind amprenta de carbon includ emisiile noastre de gaze cu efect de seră de tip 1 și 2 (cele cauzate direct de afacerea noastră și de utilizarea energiei) și emisiile noastre tip 3 (emisii indirecte asociate afacerii noastre, cum ar fi cele generate în lanțul nostru de aprovizionare). Reducerile semnificative ale emisiilor pot fi atribuite nivelurilor de producție mai scăzute. Toate valorile sunt măsurate în tone de echivalent dioxid de carbon (TCO_{2e}).

Categorie	2020	2021	2022	2023	Modificarea procentuală a emisiilor față de valoarea de referință din 2020
Domeniul 1	17,213	14,515	13,540	12,590	-27%
Domeniul 2 - bazat pe localizare	35,154	31,420	23,440	21,458	-39%
Domeniul 2 - bazat pe piață	10,982 ⁴	34,723	27,171	24,772	126%
1a: Bunuri și servicii achiziționate (produs)	339,723	316,157	250,989	177,497	-48%
1b: Bunuri și servicii achiziționate (non-produs)	81,077	51,735	67,229	38,329	-53%
2: Bunuri de capital	889	1,042	6,004	2,871	223%
3: Activități legate de combustibil și energie	11,399	12,645	9,065	8,170	-28%
4: Transport și distribuție în amonte	69,911	67,074	88,938	47,267	-32%
5: Deșeuri generate în operațiuni	334	358	241	215	-36%
6: Călătorii de afaceri	7,750	5,126	6,394	3,538	-54%
7: Naveta angajaților	5,763	4,689	2,661	2,252	-61%
8: Active închiriate în amonte	N/A	N/A	N/A	-	
9: Transport și distribuție în aval	45,307	36,387	36,948	30,679	-32%
10: Prelucrarea produselor vândute	N/A	N/A	N/A	-	

⁴Emisiile bazate pe piață au fost scăzute în 2021 din cauza obținerii certificatelor de garanții de origine pentru energie regenerabilă (REGO). De atunci, folosim fondurile pentru a investi în inițiative interne de reducere a carbonului.

⁵Emisiile asociate bunurilor de capital sunt de așteptat să fluctueze de la an la an datorită investițiilor în articole mari, cum ar fi echipamentele de producție.



Categorie	2020	2021	2022	2023	Modificarea procentuală a emisiilor față de valoarea de referință din 2020
11a: Utilizarea produselor vândute (direct)	17,118	13,302	14,467	11,626	-32%
11b: Utilizarea produselor vândute (indirect)	1,681,645	1,587,341	1,531,403	1,158,608	-31%
12: Tratatamentul la sfârșitul ciclului de viață al produselor vândute	78,287	69,984	52,221	42,535	-46%
13: Active închiriate în aval	N/A	N/A	N/A	-	
14: Francize	5,689	7,805	7,744	7,900	39%
15. Investiții	N/A	N/A	N/A	-	
TOTAL domeniul 3 (excl 11b)	663,247	586,304	542,901	372,880	-44%
TOTAL domeniul 3	2,344,892	2,173,645	2,074,304	1,531,488	-35%
TOTAL (bazat pe localizare, excl 11b)	715,614	632,239	579,881	406,927	-43%
TOTAL (bazat pe localizare)	2,397,259	2,219,580	2,111,284	1,565,535	-35%
TOTAL (bazat pe piață, excl 11b)	691,442	635,542	583,612	410,242	-41%
TOTAL (bazat pe piață)	2,373,087	2,222,883	2,115,015	1,568,850	-34%

AVON



RAPORTUL FAPTELOR BUNE
România 2023



AVON

**SUNTEM PARTE DINTR-O MIȘCARE GLOBALĂ
ORIENTATĂ NU DOAR CĂTRE SUCCESUL ÎN CARIERĂ, CÂT
ȘI SPRE SUCCESUL ÎN CAUZELE SOCIALE.**

Iar împreună putem aduce schimbarea. În anul 2023, în România s-au înregistrat:



27.000 de produse caritabile care au ajuns în comenzile din România;



83.000 de donații virtuale;



15.700 de produse Avon donate, adică aproximativ 4 tone de care s-au bucurat 3.800 de persoane din medii vulnerabile.





AVON

CAMPANIA PENTRU SĂNĂTATEA SÂNILOR

România încă se află în topul țărilor unde mortalitatea din cauza cancerului la sân este cea mai ridicată, cu toate că este un **diagnostic vindecabil în proporție de 94%** dacă este depistat la timp. Am continuat și în anul 2023 campania de prevenție a cancerului la sân prin **Caravana Cancel Cancer**, cea mai mare caravană de screening mamar din România:

16
orașe

2500
ecografii
efectuate

136

mamografii
recomandate
(5.4% din totalul
de ecografii
efectuate)

1349
de rezultate cu
factor de risc
scăzut
(87% din totalul de
ecografii efectuate)

182
de rezultate cu
factor de risc
intermediar
(7,3% din totalul
de ecografii
efectuate)

15

rezultate cu factor
de risc ridicat,
pentru care s-au
desfășurat
investigații extra,
detaliate
(1% din totalul de
ecografii efectuate)

AVON

Fiecare femeie care a trecut pragul Caravanei Cămin Cancer ne-a lăsat motivul pentru care a amânat controlul mamar. În felul acesta, am format un **manifest al scuzelor colective** – scuze care deși aparțin fiecărei persoane în parte, își găsesc ecoul în scuzelor altor mii de femei.

- **Lipsa timpului a fost principalul motiv invocat:** „Alerg prea mult pentru siguranța zilei de mâine, încât uit de mine.”
- **Neajunsurile financiare:** „Am neglijat din considerente financiare. Mereu consult un medic doar atunci când nu mai pot.”
- **Teama sau atitudinea fatalistă:** „Mi-a fost frică, am preferat să cred că nu am nimic.”
- **Lipsa simptomelor:** “Nu am avut probleme și atunci am amânat mereu.”;
- **Infrastructura medicală este în continuare o problemă reală și în 2023:** „În localitate nu există medic care să facă ecografiile mamare.”



Am dăruit speranță și optimism femeilor în lupta cu cancerul. Prin cele două platforme: www.doneazacuavon.ro și www.planetaroz.ro:

204 femei

diagnosticate cu cancer mamar au primit

îndrumare socio-medicală, consiliere psihologică, juridică sau donație de peruci, acolo unde a fost cazul.



AVON

CAMPANIA RESPECTULUI

Violența împotriva femeilor și fetelor este cea mai răspândită încălcare a drepturilor omului din lume.

1 din 3 femei

se confruntă cu violență sau abuz de-a lungul vieții. Violența nu discriminează și poate afecta pe oricine, indiferent de venit, rasă, etnie, orientare sexuală, sex sau religie.

Împreună am dăruit încredere tinerei generații că pot exista și relații sănătoase, unde abuzul și violența nu sunt confundate cu iubirea. Am dăruit și putere femeilor abuzate, care au luat viața de la zero, și-au înfruntat agresorul și au ieșit din relații toxice și violente.

91 milioane \$

donăți organizațiilor de caritate care lucrează pentru a pune capăt violenței împotriva femeilor și fetelor;

15 milioane

de femei și fete care se confruntă cu abuzul ajutate în întreaga lume;

Educarea în România a peste 1000 de adolescenți în fiecare an cu privire la importanța cunoașterii semnelor de abuz în relațiile lor prin proiectul **In a Relationship**, ajuns deja la al cincilea an consecutiv;


Susținerea a peste **500 de femei**

afectate de violența domestică prin consiliere și suport cu ajutorul asociațiilor de profil



AVON

LA AVON CREDEM CĂ O LUME
MAI BUNĂ PENTRU FEMEI ESTE
O LUME MAI BUNĂ *PENTRU TOȚI.*



De mai bine **de 135 de ani**, aducem frumusețe în mod diferit:
prin crearea de oportunități de antreprenoriat flexibile și accesibile și
prin sprijinirea comunității noastre globale de peste cinci milioane de
reprezentanți și clienții acestora.

Depunem eforturi pentru a ne asigura că prin produsele pe care le
dezvoltăm și modul prin care le vindem luăm în considerare atât
sănătatea oamenilor, cât și a planetei.

The AVON logo is a red square with the word "AVON" in white, uppercase letters.

JUSTICE INSTITUTE: UN APEL LA ACȚIUNE CĂTRE INSTITUȚIILE STATULUI, PENTRU COMBATEREA VIOLENȚEI DE GEN

Potrivit statisticilor făcute publice de Poliția Română, în primele nouă luni ale acestui an peste 80.000 de cazuri de violență domestică au fost raportate la Poliție.

Am găzduit anul acesta Conferința Internațională Justice Institute care a adus împreună specialiști din România, America, dar și din Ucraina, pentru a discuta deschis despre drepturile victimelor violenței domestice și despre colaborarea instituțiilor în sprijinul femeilor.

Parteneriatul internațional **Avon** și **Vital Voices** este dedicat asigurării că supraviețuitorii violenței bazate pe gen au acces mai bun la serviciile, protecția și justiția pe care le merită și a ajuns până în prezent la peste **2,3 milioane de beneficiari** din peste **70 de țări** în cei **14 ani** de colaborare.

AVON FACEM ECHIPĂ ÎN CONTINUARE?

Fiecare **donatie online** și **produs social Avon** pe care îl oferi le reamintește femeilor să se pună pe primul loc. **100% din profitul produselor** roz și donațiile online susțin demersul nostru pentru sănătatea femeilor și o viață fără violență.

Împreună putem salva vieți. Scanează QR code-ul și fii parte din dintr-o mișcare globală!



Le mulțumim fundațiilor parteneră alături de care inițiativele Avon au prins contur și au ajuns la persoanele care au mai mare nevoie de susținere:



The Avon logo consists of a solid red square with the word "AVON" written in white, uppercase, sans-serif font centered within it.

AVON

A close-up photograph of two young Black women embracing. The woman on the left has vibrant red hair, wears orange-rimmed glasses on her head, and has a gold hoop earring. The woman on the right has a large, dark, curly afro and is smiling broadly. They are wearing a purple and blue patterned garment. The bottom left corner of the image is partially obscured by a pile of bright pink powder.

[avonworldwide.com/responsible-business](https://www.avonworldwide.com/responsible-business)