

## Pierre Fabre zwiększa przejrzystość swoich produktów dzięki narzędziu do oceny wpływu na środowisko

data aktualizacji: 2021.06.16



**Grupa Pierre Fabre, która stoi za takimi markami jak Avène i Klorane, zaprezentowała narzędzie do oceny produktów. Ma na celu dostarczenie konsumentom informacji na temat wpływu na środowisko i społeczeństwo swoich kosmetyków i produktów zdrowotnych dla rodziny - informuje Premium Beauty News.**

Nowe narzędzie, nazwane Green Impact Index („Zielony wskaźnik wpływu”) ma na celu zaspokojenie rosnącego zapotrzebowania konsumentów na przejrzystość w produktach kosmetycznych.

Wskaźnik został opracowany w celu łatwego informowania konsumentów o wpływie na środowisko i społeczeństwo różnych marek kosmetycznych grupy. Grupa z siedzibą we Francji wybrała bardzo proste narzędzie oparte na ocenach od A do D.

### **Receptury, opakowania, certyfikaty**

Green Impact Index Grupy Pierre Fabre jest stosowany wewnętrznie już od dwóch lat, aby zagwarantować „eko-społeczny projekt” (klasa A lub B) nowych kosmetyków grupy. Oprócz informowania konsumentów, wskaźnik ma umożliwić firmie poprawę profilu ekospołecznego swoich produktów tak, aby połowa jego portfolio była zaprojektowana ekospołecznie do 2023 roku.

Nowe narzędzie zostało zbudowane przy użyciu 3000 analiz cyklu życia (LCA), które Grupa przeprowadza od ponad 10 lat. Opiera się na ocenie 20 kryteriów: 14 kryteriów wpływu na środowisko (w tym eko-projekt opakowania, eko-projekt formuły, wpływ wytwarzania produktu i

transportu surowców itp.) , co stanowi dwie trzecie ostatecznego wyniku, oraz 6 kryteriów wpływu społecznego (w tym certyfikaty lub oznakowanie Made in France, Bio, Fair Trade, gwarantowane pochodzenie z Francji i wegańskie, a także programy odpowiedzialności społecznej marki. Te 6 kryteriów stanowi jedną trzecią końcowego wyniku.

**Aby zapewnić wiarygodność swojego systemu ratingowego,** Pierre Fabre powierzył AFNOR Certification, niezależnej organizacji zewnętrznej, przeprowadzenie corocznego audytu w celu weryfikacji i zagwarantowania wiarygodności ocen przeprowadzonych przez Pierre Fabre dla swoich produktów.

### **Stopniowe wprowadzanie na rynek**

Na razie w Internecie dostępne są oceny niektórych produktów, obejmujących marki Pierre Fabre, takie jak Avène, A-Derma, Ducray, Klorane, René Furterer, Naturactive, Elgydium i Arthrodont, a także produkty od kremów do twarzy i ciała po szampony i żele pod prysznic czy pasty do zębów, nie wspominając o olejkach eterycznych i suplementach diety. Celem firmy w nadchodzących miesiącach jest regularne dodawanie ocen dla nowych produktów bezpośrednio na stronach internetowych marek.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/pierre-fabre-zwieksza-przejrzystosc-swoich-produkt,67925>