

ORIFLAME

— S W E D E N —

Oriflame, największa europejska firma kosmetyczna z branży sprzedaży bezpośredniej, została założona w Szwecji w 1967 roku. W ciągu 45 lat stała się międzynarodową firmą, działającą na ponad 60 rynkach. Obecnie współpracuje z ponad 3,6 milionami konsultantów na całym świecie oraz zatrudnia ponad 8000 pracowników. Posiada różnorodną i bogatą ofertę kosmetyków, akcesoriów, produktów dla dzieci oraz suplementów diety.



Oferta i wartości

Założyciele Oriflame, bracia Robert i Jonas af Jochnick, chcieli stworzyć nowe kosmetyki do pielęgnacji skóry, oparte na składnikach naturalnych, inspirowane naturalnym pięknem kojarzonym ze Szwecją. Czterdzieści pięć lat później szwedzkość marki Oriflame nadal jest podstawą jej sukcesu. Szwedzkie korzenie silnie odróżniają Oriflame od innych firm kosmetycznych. Ojczyzna firmy kojarzy się z wysoką jakością życia, opartą na wartościach etycznych, nauce i naturze. Natura to czystość, a nauka może wzmocnić działanie natury. Ponadto szwedzkość jako wyrażona cecha marki przekłada się na cztery kluczowe słowa: postępowość, jakość, naturalność i etyka. To one rządzą w Oriflame sposobem prowadzenia biznesu, opracowywania produktów oraz współpracy z klientami, dostawcami i pracownikami.

Inspirowane naturą, szwedzkie kosmetyki w eleganckich opakowaniach podbiły serca Polek i stały się przedmiotem ich pożądania. Przy produkcji kosmetyków wykorzystywane są najnowocześniejsze technologie. Jednak kosmetyki Oriflame również czerpią z natury



dzięki zastosowaniu organicznych ekstraktów roślinnych, pochodzących z certyfikowanych, ekologicznych upraw. W 2012 roku firma wprowadziła do sprzedaży, jako jedna z pierwszych marek na świecie, kosmetyki ekologiczne Ecobeauty, zaaprobowane przez aż cztery niezależne organizacje społeczne, dbające o zrównoważony rozwój naszej planety.

W 2009 roku oferta firmy została wzbogacona o suplementy diety Wellness by Oriflame. Koktajle oraz zestawy witamin i minerałów to doskonale uzupełnienie tradycyjnych kosmetyków pielęgnacyjnych, z których słynie Oriflame.

Innowacje i promocje

45 lat doświadczenia, ponad stu naukowców i nowoczesne Centrum Badań i Rozwoju – Oriflame może się poszczycić doświadczeniem i wiedzą specjalistyczną niezbędną

w przypadku każdej postępowej firmy. Firma nie ustaje w poszukiwaniu coraz lepszych technologii i rozwiązań, które pomagają w tworzeniu innowacyjnych, bezpiecznych produktów w zgodzie z najnowszymi trendami i oczekiwaniami klientów.

Wszystkie pomysły rodzą się w Instytucie Badań nad Skórą. Korzystając z najnowszych zdobyczy, naukowcy tworzą nowe i często opatentowane technologie. Pierwsza opatentowana przez Oriflame technologia Epidermal Membrane System (EMS), kompozycja składników polepszających spójność skóry, została wykorzystana w linii Skin Structures.

W 2002 roku opracowano serię kosmetyków Time Reversing zawierającą β-Prostimulinę™, botaniczny kompleks zmniejszający skutki procesu starzenia się wywołanego przez hormony. W 2005 roku wprowadzono serię produktów Express Repair wzbogaconą PotassOX™,



partnerem kosmetycznym światowego Stowarzyszenia Tenisistek Profesjonalnych WTA i podpisała umowę sponsoringową z czołową tenisistką świata – Caroline Wozniacki.

Drugie dziesięciolecie Oriflame w Polsce przyniosło prawdziwy rozkwit działań marketingowych, reklamowych i public relations na szeroką skalę. Obecność Oriflame w mediach zyskała nowy wymiar: kampanie reklamowe, dotyczące nie tylko samych kosmetyków, ale także możliwości współpracy i korzyści z bycia konsultantką, zaczęły regularnie pojawiać się w prasie i telewizji. Tworząc akcesoria i opakowania swoich produktów, firma współpracuje ze sławnymi kreatorami mody, projektantami biżuterii oraz ilustratorami i grafikami, m.in. Liselotte Watkins, duetem Paprocki&Brzozowski czy firmą APART, która zaprojektowała specjalną bransoletkę z okazji obchodzonego w tym roku 45-lecia Oriflame.

Kontekst rynkowy

Dzisiaj Oriflame wydaje ponad 100 milionów katalogów w 35 językach świata. Nowy katalog ukazuje się co 3 tygodnie, co oznacza 17 katalogów w ciągu roku. W swojej ofercie ma około 1000 produktów. Roczna sprzedaż kosmetyków wynosi średnio 1,5 miliarda euro. Oriflame posiada własne zakłady produkcyjne – w Polsce, Indiach, Szwecji, Chinach i Rosji. Największy z nich to fabryka w warszawskim Ursusie o powierzchni produkcyjnej powyżej 10 000 metrów kwadratowych. Jej zdolności produkcyjne wynoszą ponad 200 milionów sztuk kosmetyków rocznie. Wytwarza ona ponad 450 produktów z oferty Oriflame.

To, czego nie wiedzieliście

Pierwsze katalogi Oriflame liczyły 32 strony i były wydawane raz na rok!

Konferencje międzynarodowe organizowane dla konsultantów to okazja do zwiedzenia najpiękniejszych zakątków świata – odbyły się już m.in. w Argentynie, Mombasie, Sydney, Dubaju oraz na wyspie Bali.

W 1998 roku Oriflame zostało oficjalnym sponsorem filmu Jerzego Hoffmana „Ogniem i mieczem”, a odtwórczyni roli Heleny, Izabella Scorupco, została twarzą oraz ambasadorką marki. W kolejnych latach produkty Oriflame były promowane przez inne znane i piękne kobiety. Były wśród nich m.in. topmodelki: Eva Herzigova i Natalia Vodianova, aktorka Monica Bellucci, a także piosenkarka Ewa Farna. W 2011 roku Oriflame zostało oficjalnym

Osiągnięcia i perspektywy

Wysoka jakość i skuteczność produktów marki Oriflame została potwierdzona licznymi nagrodami i wyróżnieniami. Kosmetyki Oriflame cenione są zarówno przez klientki, jak i jurorów wielu konkursów kosmetycznych. W samym tylko ubiegłym roku marka została wyróżniona w plebiscycie Mój Kosmetyk 2011 „Poradnika Domowego”, została laureatem konkursu Prix de Beauté 2011 magazynu „Cosmopolitan” oraz otrzymała nagrodę dla wody toaletowej Eclat Weekend w prestiżowym konkursie miesięcznika „PANI” Złoty Nos 2011.

Telewizyjna reklama Oriflame Midnight Pearl została głównym laureatem 20. edycji prestiżowego konkursu branży reklamowej Idea Awards,



Historia marki

- ▶ **1967:** w Sztokholmie Jonas i Robert af Jochnick założyli swój biznes
- ▶ **1970:** debiut kremu Tender Care, jednego z najpopularniejszych kosmetyków Oriflame
- ▶ **1990:** w listopadzie podpisano akt założycielski Oriflame Poland
- ▶ **1993:** w Warszawie rozpoczęto budowę fabryki Oriflame
- ▶ **1999:** Oriflame zostało współzałożycielem Fundacji na Rzecz Dzieci, zainaugurowanej przez Królową Szwecji Sylwię
- ▶ **2004:** Oriflame weszło na Sztokholmską Giełdę Papierów Wartościowych
- ▶ **2005:** Magnus Brännström został nowym CEO i Dyrektorem Zarządzającym Oriflame
- ▶ **2007:** Oriflame osiągnęło rekordową wartość sprzedaży wielkości 1 mld euro
- ▶ **2012:** Oriflame Poland przenosi się do ekologicznej siedziby w biurcu Mokotów Nova w Warszawie

a marka Oriflame znalazła się w czołówce 5 najbardziej medialnych marek kosmetycznych w rankingu magazynu branżowego „PRESS”.

W 2012 roku puder w perłkach Giordani Gold został wyróżniony tytułem Kosmetyku Wszech Czasów w kategorii: Makijaż – pudry przez serwis kosmetyczny Wiaz.pl, a marka Oriflame po raz pierwszy zdobyła tytuł Superbrand Polska 2012.

Powody do dumy

Konsultanci i pracownicy Oriflame aktywnie włączają się w różne programy społeczne. Działająca przez ponad 10 lat polska Fundacja Oriflame Dzieciom ma na swoim koncie wiele akcji charytatywnych. Celem programu „a KuKu”, uruchomionego w grudniu 2008 roku, jest pomoc dzieciom z rodzin zastępczych oraz rodzinnych domów dziecka. Na początku 2011 roku powołano do życia globalną Fundację Oriflame, której celem jest wspieranie edukacji dzieci i młodych kobiet oraz wspomaganie lokalnych działań charytatywnych. Pragnąc w pełni wykorzystać swoje możliwości, Fundacja Oriflame pozyskała nowego długofalowego partnera – Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce – organizację pozarządową, opiekującą się dziećmi opuszczonymi, osieroconymi oraz objętymi ryzykiem utraty rodziny biologicznej.

▶ www.oriflame.pl



Krem Tender Care