

ORIFLAME

— S W E D E N —

Oriflame to wywodząca się ze Szwecji największa europejska marka kosmetyków dostępnych wyłącznie w sprzedaży bezpośredniej. Od ponad 50 lat umożliwia ludziom na całym świecie celebrowanie naturalnego piękna i spełnianie marzeń. Użytkownikom oferuje nowoczesne i bezpieczne produkty oraz możliwość dołączenia do globalnej społeczności branży urodowej.



Kontekst rynkowy

Założona w 1967 roku firma Oriflame jest dziś obecna w ponad 60 krajach Europy, Afryki, Azji i Ameryki Łacińskiej. Szerokie portfolio innowacyjnych produktów kosmetycznych dystrybuuje za pośrednictwem 3 milionów konsultantów, generujących rocznie sprzedaż o łącznej wartości około 1,2 miliarda euro, przy czym 98 procent wszystkich zamówień składanych jest online.

Firma korzysta z usług ponad 50 globalnych i regionalnych dostawców, przede wszystkim ze Szwecji, Polski, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Indii czy Włoch, a około 60 procent kosmetyków powstaje w sześciu własnych zakładach produkcyjnych marki,

m.in. w Polsce. Tu także mieści się jedno z jej trzech globalnych centrów dystrybucji.

Oferta

Marka oferuje gamę wysokiej jakości produktów łączących innowacje i zdobycze nauki ze skarbami natury, dostępnych w sześciu kategoriach: pielęgnacja skóry, makijaż, zapachy, pielęgnacja ciała i włosów, akcesoria i wellness. Proces rekomendowania kosmetyków w oparciu o potrzeby i problemy skóry wspiera aplikacja Skin Expert.

Inspiracją dla produktów Oriflame są rośliny Skandynawii. Marka docenia moc naturalnych składników na różne sposoby, m.in. wykorzystując techno-

logię roślinnych komórek macierzystych czy używając w swoich scrubach wyłącznie substancji zluszczeniowych pochodzenia naturalnego: łupin migdałów, pestek owoców i oliwek. Każdy składnik kosmetyków przechodzi rygorystyczne testy pod kątem ekologii i etyki procesu jego pozyskiwania.

Ciesząc się ogromną popularnością kosmetyki z linii *Love Nature*, *Beautanicals* i *Discover*, które splukuje się po użyciu, są biodegradowalne. Ambicją marki jest, by do 2025 roku biodegradacji ulegały wszystkie jej nowe, splukiwane kosmetyki do mycia twarzy, ciała i włosów. Oriflame pracuje także nad zwiększeniem zawartości surowców wtórnych we wszystkich opakowaniach, w tym szklanych i plastikowych. Opakowania zapa-



chów SE – *Swedish Experience* – są produkowane w 40 procentach ze szkła pochodzącego z odzysku, a butelki *Beautanicals* – w 100 procentach z przetworzonego plastiku. 99 procent opakowań kartonowych i papier do druku katalogów pochodzą ze źródeł certyfikowanych lub z recyklingu. Priorytetem marki jest również minimalizacja emisji CO₂ poprzez wykorzystanie zielonej energii we wszystkich fabrykach i działaniach, a jej własne zakłady produkcyjne, podobnie jak wszystkie wydarzenia i konferencje, są neutralne dla klimatu.



Osiągnięcia

Wysoka jakość i skuteczność produktów marki Oriflame znajdują potwierdzenie w licznych nagrodach i wyróżnieniach branżowych i konsumenckich. Linia *NovAge Proceuticals* oraz suplement diety *Astaksantyna i ekstrakt z borówek* otrzymały w 2023 roku tytuł Kobięcej Marki Roku; rok wcześniej ta sama nagroda przypadła liniom *NovAge Skinrelief* oraz *Waunt*. Obie linie otrzymały w 2022 roku także tytuł Lidera Jakości. W konkursie „Najlepszy Produkt 2023 – Wybór Konsumentów” Linia *NovAge Skinrelief* zdobyła srebro, a woda perfumowana *Possess Absolute 50 ml* – brąz.

Promocja marki

Marka Oriflame prowadzi szerokie działania promocyjne. Swoją obecność zaznacza również w mediach społecznościowych – obok standardowego prowadzenia oficjalnych profili na Instagramie i Facebooku aktywnie działa na Tik Toku i współpracuje z influencerami. W grudniu 2022 roku zorganizowała we współpracy z influencerką znaną jako @ciocialestyle konkurs, w którym do wygrania były kalendarze adwentowe, wypełnione kultowymi produktami Oriflame. Akcja cieszyła się bardzo dużym zainteresowaniem i licznymi zgłoszeniami.

<https://pl.oriflame.com/>

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Marka Oriflame to biznes rodzinny. Jeden z jej założycieli – Robert af Jochnik – nadal czynnie uczestniczy w życiu firmy.
- Od 2019 roku, w ramach programów ponownego zalesiania i ochrony zasobów leśnych na całym świecie, firma zasadziła i ochroniła około 7 milionów drzew.
- 99 procent opakowań kartonowych i papier do druku katalogów Oriflame pochodzi ze źródeł certyfikowanych lub z recyklingu.
- W 2022 roku marka co minutę sprzedawała na świecie 12 produktów *NovAge*.

1000 ton

– tyle papieru chce zaoszczędzić Oriflame wprowadzając nowy, ulepszony katalog drukowany, przeprojektowany z myślą o planecie.



HISTORIA MARKI

1967 Sztokholm: bracia Jonas i Robert af Jochnick zakładają biznes kosmetyczny. Firma oferuje kremy do pielęgnacji skóry, tusz do rzęs i pomadka, bazujące na ekstraktach ze szwedzkich roślin i nietestowane na zwierzętach, dostępne w sprzedaży bezpośredniej.

I. 70. Na rynek trafia uniwersalny krem *Tender Care*, jeden z najpopularniejszych kosmetyków Oriflame.

1970 Pierwszy katalog Oriflame wychodzi w nakładzie 1000 egzemplarzy.

1982 Oriflame wchodzi na Londyńską Giełdę Papierów Wartościowych jako pierwsza firma zagraniczna od czasów II wojny światowej.

1990 Zostaje podpisany akt założycielski Oriflame Poland.

1993 W Warszawie rozpoczyna się budowa fabryki Oriflame.

1997 Rusza pierwsza wersja globalnej witryny internetowej Oriflame.com.

1999 Oriflame współtworzy Fundację na Rzecz Dzieci, zainaugurowaną przez Królową Szwecji Sylwię

2008 Rusza nowoczesne Centrum Badań i Rozwoju Oriflame.

2009 W Sztokholmie powstaje Instytut Badań Skóry.

2011 Na rynek wchodzi naturalne, powstające w zgodzie z zasadami etyki i ochrony środowiska kosmetyki *Ecobeauty*.

2012 Oriflame Poland przenosi się do ekologicznej siedziby w biurówce Mokotów Nova w Warszawie.

2015 Na rynek wchodzi *NovAge* – największa innowacja w historii serii pielęgnacyjnych Oriflame.

2021 30-lecie w marki w Polsce. Firma trafia do grona europejskich Liderów Klimatu wytypowanych przez „Financial Times”.

2022 Oriflame świętuje 55-lecie.