

ORIFLAME

S W E D E N

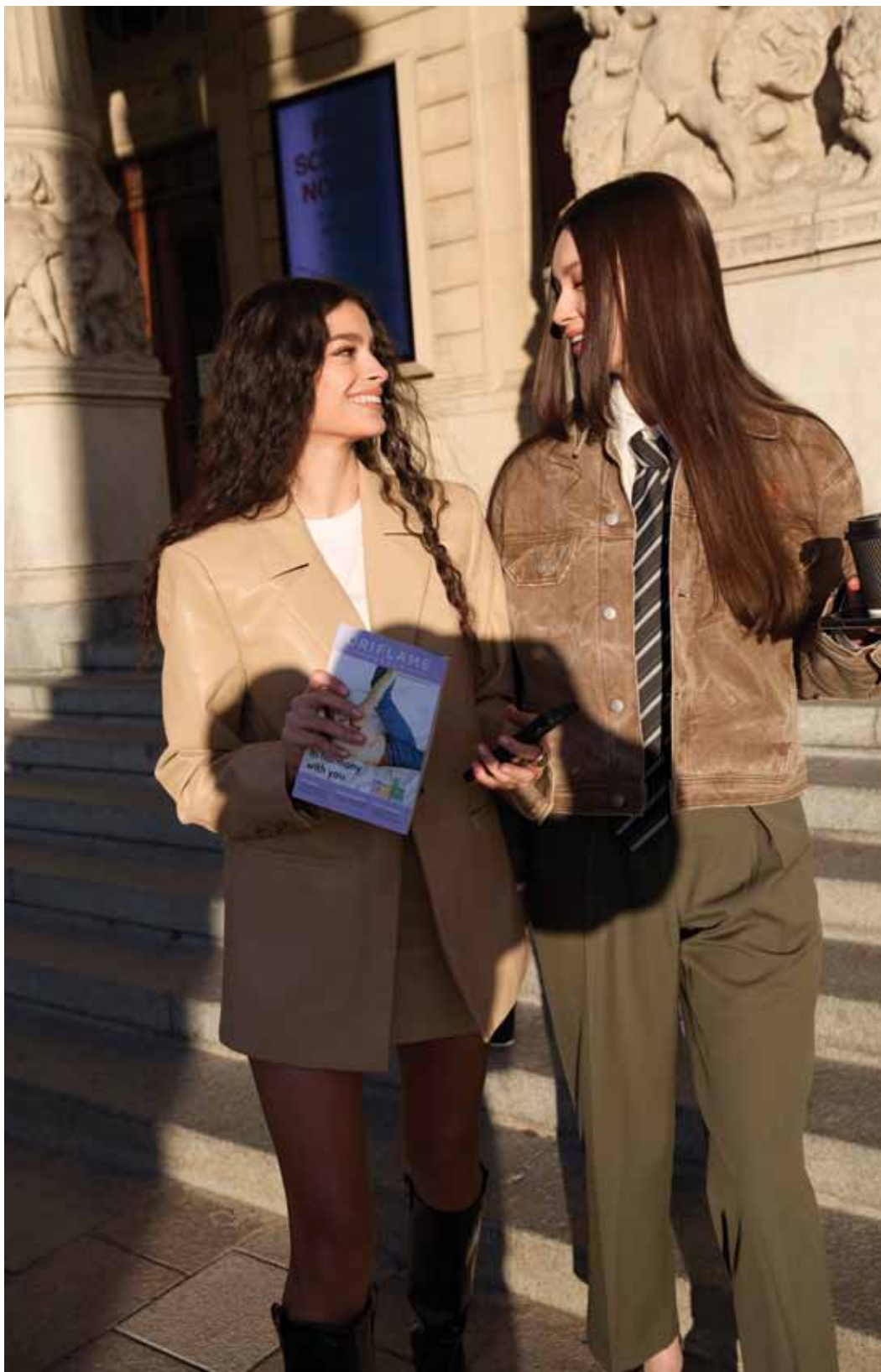
Oriflame to globalna marka beauty i wellness, która od 1967 roku łączy szwedzkie dziedzictwo z innowacyjnością. Wysokiej jakości, zrównoważone produkty oferuje na ponad 60 rynkach. W 2026 roku będzie celebrować 35 lat obecności w Polsce.

Kontekst rynkowy

Oriflame zajmuje miejsce w pierwszej piątce największych marek na świecie pod względem sprzedaży i potencjału rozwoju. Zaangażowana w etyczne praktyki biznesowe i zrównoważony rozwój środowiskowy firma jest dumna ze swojego szwedzkiego dziedzictwa i podejścia skoncentrowanego na ludziach. Działa w oparciu o nowoczesny model sprzedaży społecznościowej, umożliwiając ponad trzem milionom Partnerów Biznesowych i Klubowiczom na całym świecie stanie się ekspertami branży *beauty* dzięki modelowi mikroprzedsiębiorczości „Plug and Play”. Jej siłą jest także mariaż natury z nauką: posiada własne centra badawcze i opatentowane technologie, które gwarantują realne rezultaty. Polska pozostaje dla Oriflame jednym z kluczowych rynków – jedną z jej ważnych inwestycji jest nowoczesny magazyn pod Łodzią, pełniący funkcję hubu logistycznego dla Polski i krajów bałtyckich.

Oferta

Oriflame oferuje szerokie portfolio wysokiej jakości innowacyjnych i zrównoważonych produktów kosmetycznych oraz *wellness*, inspirowanych naturą i wspartych nauką. Misją marki jest tworzenie bezpiecznych i skutecznych kosmetyków, które pomagają ludziom poczuć się szczęśliwymi, zdrowymi i pewnymi siebie. Oferta produktowa obejmuje ponad 1250 artykułów w siedmiu kategoriach: pielęgnacja cery, *wellness*, zapachy, kosmetyki kolorowe, pielęgnacja ciała, pielęgnacja włosów oraz akcesoria. Marka nieustannie inwestuje w badania i rozwój, co owocuje wprowadzaniem przełomowych innowacji. W 2023 roku Oriflame zaprezentowało nowe, zaawansowane linie, takie jak *Duologi*, *Wellosofhy* i *Novage+*. Linia *Novage+* wykorzystuje opatentowane technologie bioaktywacji, takie jak Oripeptide-3, Bio:Lumilock, Bio:Aspartolift czy Bio Re:Barrier, które zapewniają udowodnione naukowo rezultaty w pielęgnacji przeciwstarzeniowej. Z kolei nowa linia do pielęgnacji cery *Wellosofhy*, certyfikowana przez The Vegan Society™, zawiera ponad 91 procent składników pochodzenia naturalnego, w tym ekstrakty z adaptogenów i poprawiające nastrój zapachy, wspierając ideę holistycznego piękna. Innowacyjność Oriflame przejawia się również w podejściu cyrkularnym. W 2024 roku marka wprowadziła serię *Love Nature Up-Loved*, wykorzystującą upcyklingowane ekstrakty z przemysłu spożywczego, takie jak pestki jabłek, cytryny czy kwiaty bananowca. Intensywnie odżywcze kapsułki do twarzy *Novage+* oraz Kapsułki z 20-procentową witaminą C *Novage+ Proceuticals*



wykorzystują roślinne, biodegradowalne otoczki i są formułowane bez parabenów czy oleju mineralnego. Marka stawia na transparentność i bezpieczeństwo, stosując dla wszystkich swoich kosmetyków najsurowsze na świecie unijne normy bezpieczeństwa. Oriflame oferuje również ponad 150 produktów z certyfikatem wegańskim.

Osiągnięcia

Marka Oriflame może poszczycić się licznymi sukcesami, które potwierdzają jej zaangażowanie w zrównoważony rozwój, innowacyjność i działalność społeczną. W 2024 roku, po raz piąty z rzędu, firma została uznana za Lidera Klimatycznego w Europie przez „Financial Times” i Statista, co jest potwierdzeniem jej wysiłków na rzecz redukcji emisji gazów cieplarnianych. Marka osiągnęła swoje cele naukowe (Science-Based Targets) sześć lat przed terminem, redukując bezwzględną emisję GHG w Zakresie 1. i 2. o 59 procent oraz względną emisję w Zakresie 3. o 23 procent w stosunku do roku bazowego 2019. Od 2018 roku wszystkie fabryki, magazyny i biura Oriflame na świecie zasilane są w 100 procentach energią odnawialną.



Działalność społeczna jest wpisana w DNA firmy. W 1999 roku Oriflame, wraz z Jej Wysokością Królową Szwecji Sylwią, współzałożyło Światową Fundację na Rzecz Dzieci (World Childhood Foundation), która koncentruje się na podnoszeniu świadomości na temat warunków życia dzieci zagrożonych marginalizacją. Marka była również pierwszą firmą kosmetyczną, która zaangażowała się w długoterminowe wsparcie projektu Peace Renewable Electricity Credits, finansując panele słoneczne w Nigerii.

Promocja marki

Strategia komunikacyjna Oriflame opiera się na budowaniu silnej, spójnej marki oraz bezpośrednim kontakcie z konsumentami. W 2024 roku marka przeszła rebranding pod hasłem „Reach your happy place”, którego celem jest wzmocnienie zaangażowania w dostarczanie radości i pozytywnego nastawienia klientom na całym świecie. Kampania, wspierana strategicznymi inwestycjami marketingowymi, przełożyła się na wzrost świadomości i wzmocnienie wizerunku marki, zwłaszcza w młodszej grupie docelowej 25-35 lat.



TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Oriflame odrzuciło testowanie kosmetyków na zwierzętach już w 1967 roku, na długo przed wprowadzeniem w 2013 roku unijnego zakazu.
- Marka jako pierwsza na świecie wprowadziła serię kosmetyków certyfikowaną przez cztery niezależne organizacje: Fairtrade™, Ecocert™, The Vegan Society™ i FSC™ – *Ecobeaauty*.

Co 4 sekundy

sprzedaje się na świecie kultowy tusz do rzęs
Oriflame *The ONE 5-in-1 Wonder Lash*.



Ostatnie wydarzenia

W ostatnich latach Oriflame przeszło dynamiczną transformację, koncentrując się na innowacjach i zrównoważonym rozwoju. Na początku 2025 roku firma ogłosiła nową strategię produkcyjną w Europie, polegającą na przejściu na sieć zewnętrznych dostawców. Celem jest zwiększenie elastyczności i przyspieszenie wprowadzania nowości na rynek, by lepiej odpowiadać na trendy. W marcu 2025 roku przeprowadzono rekapitalizację, która wzmocniła stabilność finansową firmy, tworząc solidne podstawy do dalszego wzrostu. Rok 2024 przyniósł odświeżenie wizerunku marki pod hasłem „Reach your happy place”. W czerwcu 2025 roku, po raz piąty z rzędu, Oriflame zostało uznane przez „Financial Times” za Lidera Klimatycznego w Europie.

oriflame.p

HISTORIA MARKI

- 1967** Bracia Jonas i Robert af Jochnick, wspólnie z przyjacielem Bengtem Hellstenem, zakładają w Sztokholmie Oriflame i wprowadzają na rynek pierwszą gamę kosmetyków inspirowanych szwedzką naturą.
- 1970** Marka drukuje pierwszy katalog, odchodząc od tradycyjnych metod sprzedaży na rzecz sprzedaży bezpośredniej i osobistej.
- 1979** Oriflame otwiera pierwsze Centrum Badań i Rozwoju w Irlandii.

- 1982** Firma staje się pierwszą od czasów II wojny światowej zagraniczną spółką notowaną na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.
- 1999** Oriflame współzakłada z Jej Wysokością Królową Szwecji Sylwią Światową Fundację na Rzecz Dzieci (World Childhood Foundation).
- 2009** W Sztokholmie powstaje Instytut Badań Skóry – marka wzmocnia innowacyjność w dziedzinie pielęgnacji.

- 2015** Premiera *NovAge*, rewolucyjnej serii do pielęgnacji skóry z opatentowanymi technologiami.
- 2023** CEO Oriflame zostaje Anna Malmhake.
- 2024** Premiera nowej kampanii i rebrandingu pod hasłem „Reach your happy place”
- 2026** 35-lecie obecności marki Oriflame na polskim rynku.