

AVON

# Güzelliğin Gücünü Keşfet



Avon Global 2022  
Kurumsal Sorumluluk Raporu

# içerik

**Bu belgede dolaşırken hareket etmenize yardımcı olacak bir gezinti çubuğu var.**

Ana sayfa simgesi sizi bu sayfaya geri getirecek, oklar ileri veya geri gitmenizi sağlayacak ve simgeler sizi her bölümün başına götürecektir. Umarız bu yardımcı olur!

Avon CEO'muzdan mesaj  
Bu rapor'a genel bir bakış  
2022'de öne çıkanlar  
Sürdürülebilirlik stratejimiz

## Sosyal Amaçlar

Çalışanlarımızı geliştirmek  
Temsilcilerimizi geliştirmek

Avon için önemli sosyal konuları desteklemek

Toplumsal cinsiyete dayalı şiddete karşı mücadele  
Meme kanseri desteği, eğitimi ve farkındalığının artırılması  
Ukrayna'daki savaştan etkilenen insanların desteklenmesi

Tedarik zincirimiz

## Ekolojik Amaçlar

Karbon ayak izimizin azaltılması  
Kaynak kullanımımız  
Güzellik ürünü ambalajlarımız  
Güzellik ürünlerimiz  
Ürün bileşenlerimiz  
Hayvan hakları

## Ekler

Öncelik değerlendirmesi  
Yaşam Taahhüdü  
Karbon ayak izi verileri



# CEO'muzdan mesaj



Avon'da, kadınlar için daha iyi bir dünyanın herkes için daha iyi bir dünya olacağına inanıyoruz. 135 yılı aşkın süredir güzelliği farklı bir şekilde yaşıyoruz; esnek ve erişilebilir yatırımcılık fırsatlarını Avon dünyasındaki 5 milyondan fazla Temsilci ve müşterilerimiz ile buluşturuyoruz.

İş modelimizle, yüksek kalitede değerli ürünlerimizle ve sosyal yaşam için önemli olan sorunları ele alarak Dünyayı her zaman daha iyi bir yer haline getirmek istedik. Bu amaçla, insanlara ve değerli gezegenimize olan bağlılığımız eşdeğer hale geldi.

Geçtiğimiz yıl bizim için önemli başarıların elde edildiği bir yıl oldu ancak aynı zamanda sosyo-politik ve ekonomik ortamdan ve özellikle Ukrayna'daki savaştan kaynaklanan büyük zorluklarla da mücadele etmek durumunda kaldık.

Kalbim Ukrayna'daki savaştan ve Türkiye'de yaşanan depremlerden etkilenen herkesle birlikte atıyor. Avon çalışma arkadaşlarımızın Temsilcilerimizin ve tüm ekibimizin, bu olaylardan etkilenen çalışma arkadaşlarımızın ve etkilenen tüm insanların yanında yer almasından gurur duyuyorum.

Kampanyalarımız ve yardım faaliyetlerimiz aracılığıyla, ihtiyaç sahibi insanları destekleyen uzman kuruluşlara yardım etmeye devam ettik.

Başarımızın önemli bir sebebi de her zaman kendimize, müşterilerimize ve herkese "Nasıl daha iyisini yapabiliriz?" diye sormamız ve yanıtlara göre hareket etmemiz. 2022 yılında, ürünlerimizin yaşam döngüsünden istihdam politikalarımıza kadar her şeyi kapsayan sürdürülebilirlik yolculuğumuzda önemli ilerlemeler kaydettik.

Sürdürülebilirlik çabalarını artıran bir marka olarak, tüm paydaşlarımızı bu yolculuğun bir parçası olmaya davet ediyoruz. Birlikte, güzel gezegenimize ve insanlara olumlu bir katkıda bulunabiliriz. Dünyadaki tüm Avon ailesi olarak kadınlar ve herkes için dünyayı daha iyi bir hale getireceğimize inanıyorum.

**Desteginiz için teşekkür ederim.**

**Angela Cretu, CEO**

# Avon ve bu rapora genel bir bakış

## Hakkımızda

Avon olarak, kadınlar ve herkes için daha iyi bir dünya yaratmak için çalışıyoruz:

♀ Çoğunluğu kadın olan Temsilcilerimize, çalışanlarımıza ve müşterilerimize davranış şeklimiz ile

♻️ Faaliyetlerimizi sosyal ve çevresel açıdan etik bir şekilde yürüterek

🤝 Desteklediğimiz değerler ile

♥ Her Avon satışının **yüzde 20'sinden fazlasının kadınlar için daha iyi bir gelecek yaratılmasına yardımcı olmasını sağlayarak**

Dünya çapında, beş milyondan fazla bağımsız satış Temsilcisine kendi şartlarına göre kazanç sağlamaları için destek veriyoruz ve faaliyetlerimizi yürütmek için 50'den fazla ülkede 15.000'den fazla çalışan istihdam ediyoruz.

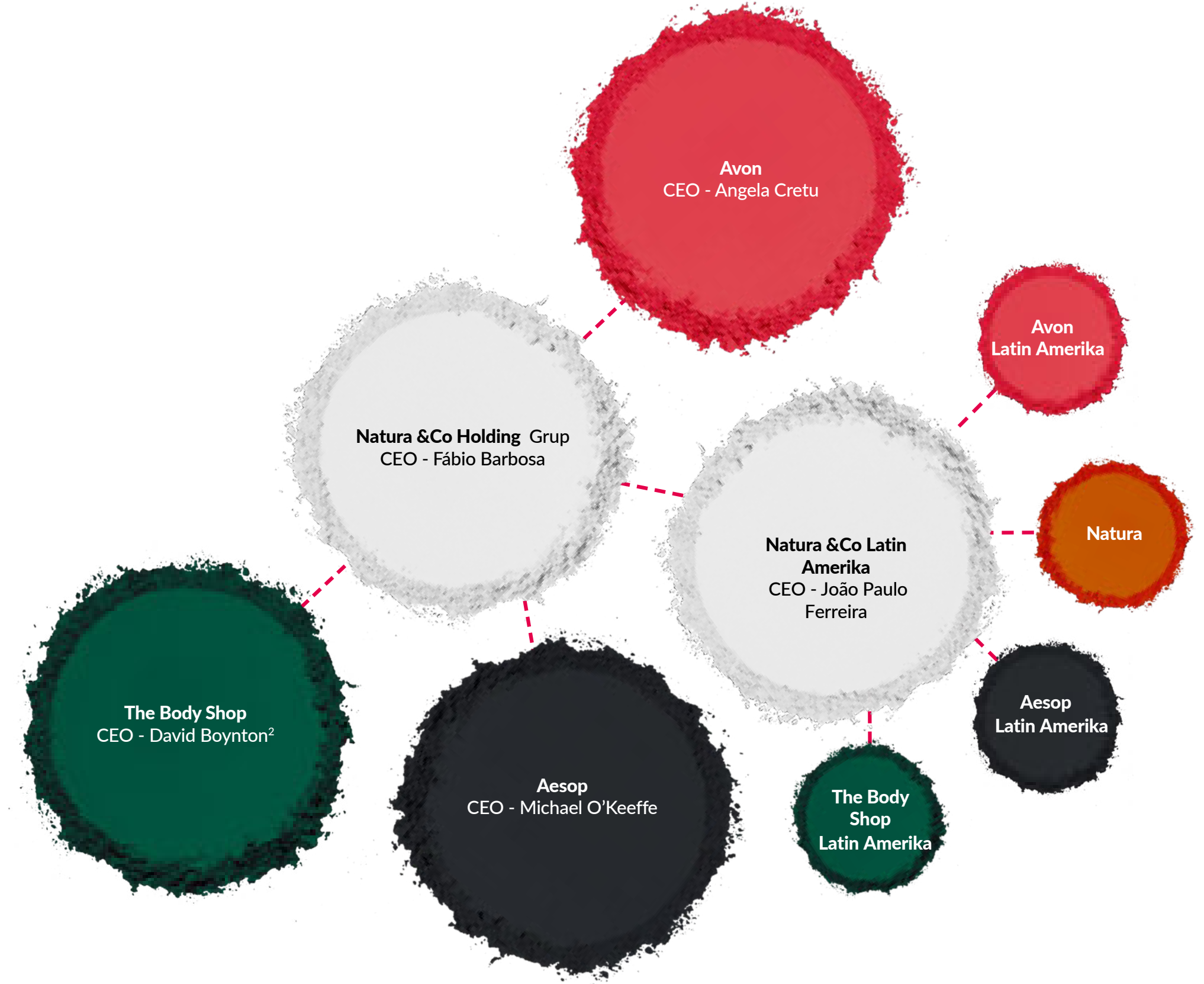
## Yapımız ve idare şeklimiz

Bu rapor; Avrupa, Orta Doğu ve Afrika ile Asya Pasifik'teki faaliyetlerimizi kapsayan Avon International'a odaklanmaktadır ve 2022 yılını kapsamaktadır.<sup>1</sup> Bu raporda Avon'dan global olarak veya dünya çapında bahsedildiğinde, Avon'un uluslararası ve Latin Amerika operasyonlarının tümü kastedilmektedir. Diğer tüm referanslar sadece Avon'un uluslararası operasyonları içindir.

Avon; Natura, The Body Shop ve Aesop ile birlikte **Natura &Co**'nun bir parçası olmaktan gurur duymaktadır. Şirketimiz Natura &Co Holding'in bağımsız Yönetim Kurulu tarafından idare edilmekte ve Avon'un CEO'su ve Etkin Liderlik Ekibi tarafından yönetilmektedir.

**Sosyal ve ekolojik sürdürülebilirlik, yaptığımız her işin içine giderek daha fazla dahil oluyor.** Büyük hedeflere sahip sosyal ve ekolojik gündemimiz, Sürdürülebilirlik Yürütme Komitemiz tarafından yönetilmekte ve ayrıca Merkezi Sürdürülebilirlik ekibi, her ana departmanda sürdürülebilirlik uzmanları ve her pazarda eğitimli Amaca Yönelik Liderler tarafından iletilmektedir.

Etkimizi artırmak için Avon birden fazla sektörel, tematik ve kurumsal derneğin aktif üyesidir.



## Herkese Açık

Avon herkese açıktır. Güzelliği tüm biçimleriyle ve tüm çeşitliliğiyle kutluyor ve farklı gruplardan **iş ortakları** ve **Temsilcileri** memnuniyetle karşılıyor.

Bizi harekete geçiren güç, başkalarının kaybı pahasına kadınlara odaklanmak değil. Herkes için daha iyi bir dünyaya ulaşmakla ilgileniyoruz. Buna trans ve non-binary bireyler, erkekler ve her yaştan, etnik kökenden ve beceri düzeyinden insanlar da dahildir.

<sup>1</sup> Natura &Co Latin Amerika, Avon'un Latin Amerika'daki faaliyetlerini rapor eder.

<sup>2</sup> David Boynton'ın ayrılmasının ardından, Ian Martin Bickley geçici CEO görevini üstlenmiştir.

# 2022'de öne çıkanlar

“ Kadınlar için gelişim yaratmaya yönelik uzun süredir devam eden çabamızın da ötesinde, Avon birçok kalıbı yıkıyor. Avon Pride'in bir destekçisi olarak, Avon'un kapsayıcı istihdam politikalarına öncülük etmesinden gurur duyuyorum. Ama aynı zamanda ürünlerimizin tüm çevresel etkilerine giderek daha fazla odaklandığımız için de gurur duyuyorum. Bu zorlu ama gerekli bir çalışma

-hem de bize gurur veriyor.

”

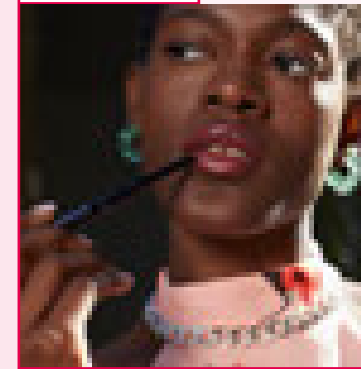
**Kristof Neiryck**  
Batı Avrupa Global Pazarlama Direktörü



## Sosyal

Avon Vakfı'nın **33 ülkede** 35'ten fazla aile içi şiddete karşı sivil toplum kuruluşuna yaptığı **782.000 ABD doları** tutarındaki bağıışı da dahil olmak üzere, toplumsal cinsiyete dayalı şiddeti sona erdirmek için **3,5 milyon ABD dolarından fazla** bağışta bulunduk

Çalışan bağlılığı anketimize katılanların **yüzde 71'i** Avon'u çalışmak için harika bir yer olarak tavsiye edebileceklerini söyledi



CEO'muz Angela Cretu **kadınlar için daha iyi bir dünya yaratma konusundaki liderliğini** takdir eden Management Today'in Yılın Öncüsü ödülünü kazandı

**45 ülkede** meme kanseri farkındalık kampanyalarına **4,4 milyon ABD doları** bağışta bulunduk



## Ekolojik

Ambalajlarımızın yüzde **79,7'si** artık geri dönüştürülebilir, yeniden kullanılabilir veya kompost haline getirilebilir

2022'de bir önceki yıla kıyasla **4.425 ton (yüzde 36)** daha az plastik ambalaj kullandık

Ürünlerimizi üretirken yeni yaklaşımlar kullanarak yılda **2,1 milyon litreden** fazla su tasarrufu sağlıyoruz

Zorlu bir görev olan **kapsam 3'te yer alan karbon emisyonlarımızın referansını belirleme ve bunun ana etkenlerini belirleme işini** tamamladık

Clean Break Temizleyicimiz **2022 Global Green Beauty Ödülü'nü** kazandı



# Sürdürülebilirlik stratejimiz

Avon'da sürdürülebilirliği iki şekilde değerlendiriyoruz: **sosyal** ve **ekolojik**.

İşimizi yürütme şeklimiz ve yardım çalışmalarımız aracılığıyla olumlu sosyal ve ekolojik etki yaratmaya kararlıyız. Geliştirdiğimiz ürünlerin, bunları üretme ve satma şeklimizin hem insanların hem de gezegenin sağlığını dikkate almasını sağlamak için uğraşıyoruz.

BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden esinlenen **Sürdürülebilirlik Vizyonumuz 2030 - Yaşam Tahaddüdümüz** aracılığıyla Avon ve kardeş markalarımız birçok iddialı, somut ve ölçülebilir hedefe ulaşma sözü verdi.

Avon'un **sosyal taahhütleri**; destekleyici ve çeşitlilik içeren bir çalışma kültürü sağlamak, iş ve tedarik zincirimiz genelinde insan haklarını korumak ve kadınlar için ilerlemeyi savunmayı kapsar.

Avon'un **ekolojik taahhüdü**, operasyonlarımız ve tedarik zincirimizde, sürdürülebilir ambalaj çözümlerinde inovasyon ve yenilenebilir içeriklere geçiş sürecinde karbon salınımının azaltılmasını hedefler.

Sosyal ve ekolojik önceliklerimiz; önem değerlendirmeleri, harici görüşler ve standartlar tarafından belirlenmektedir. Bunlar arasında nicel ve nitel kanıtlara dayanan bağımsız GlobeScan araştırması ile kendi hedeflerimiz ve diğer dış standartlar karşısındaki performansımız da yer almaktadır.





# Sosyal

"2005'ten beri Avon'dayım ve bu da şirketin içtenliğinin bir kanıtı.

Burada pek çok harika fırsatım ve akıl hocam oldu. Avon çok geliştirici, hedefleri olan ve tutkulu bir şirket.

**Natalie Deacon,**  
Kurumsal İlişkiler ve Sürdürülebilirlik  
Direktörü

# Çalışanlarımızı geliştiriyoruz

İnsan kaynakları alanında 2023 hedeflerimizden bazılarını erkenden ulaştığımız olmaktan gurur duyuyoruz:

- 2022 yılında liderlik ekibi üyelerimizin yüzde 51,7'si kadındı
- Tüm çalışanlarımıza buldukları bölge için minimum Asgari Geçim Ücreti ödüyoruz

Yukarıdakilere ek olarak, cinsiyete dayalı ücret farkını kapatmak için çok çalışıyoruz ve 2022'de -%0,79'a ulaştık.

“ Önyargısız ve güvenli bir ortamdı. Eğitimler harikaydı ve takıldığımı hissettiğim bazı zorlu konularda ilerlememe gerçekten yardımcı oldular.

Leading with Purpose Programımız ile ilgili Anonim Geri Bildirim ”

## Eşitlik ve Kapsayıcılık

Avon, her bireyin tüm benliğini ortaya koyabileceği destekleyici ve kapsayıcı çalışma ortamları sağlamayı amaçlamaktadır. Avon'daki herkesin bunun gerçekleşmesini sağlamak üzere bir rolü vardır.

Herkese açık olduğumuzu, taciz veya ayrımcılığa sıfır tolerans gösterdiğimizi ve yeterince temsil edilmeyen gruplar için güçlü müttefikler olacağımızı açıkça belirten Eşitlik ve Kapsayıcılık Politikamızı 2022 yılında başlattık.

LGBTQIA+ ortak çalışma grubumuz Avon Pride'in desteğiyle geliştirilen bu pozisyon, bizi eşitlikçi istihdam politikalarına yönlendiriyor. Örneğin; yer değiştirme ödeneklerimiz, aynı cinsiyetten çiftlerin yasal olarak tanınmadığı ülkelerde bile aynı cinsiyetten ve karma cinsiyetten çiftlere eşit haklar vermektedir

Çalışanlarımıza yönelik ilk demografik anketimiz bize gösterdi ki:

- Yüzde 23,8'i yeterince temsil edilmeyen kesimlerden geliyor
- Yüzde 11'i kendini heteroseksüel olarak tanımlamıyor
- Yüzde 3'ünün bir engeli var
- Yüzde 0,7'si kendini trans veya non-binary olarak tanımlıyor

Toplamda 1.753 çalışanımız ankete katılmayı tercih etti. Bu verilerin zaman içinde izlenmesi, eşitlik ve kapsayıcılık girişimlerimizin nerelerde işe yaradığını ve nerelere daha fazla odaklanmamız gerekebileceğini gösterecek.

## Yeni çalışan politikaları

Kadınların ve trans bireylerin iş yerinde zorluklarla karşılaşabileceğini kabul ederek, örnek uygulamaların ilerisinde iki yeni politika başlattık:

1. Global Menopoz politikamız, menopoz/peri menopoz dönemini yaşayan tüm çalışanlarımıza zorlu semptomların üstesinden gelmelerine yardımcı olmak için 5 gün ücretli izin vermektedir. Gerekirse ek ücretsiz izin de alabilirler.
2. Kapsamlı Birleşik Krallık Aile İzni politikamız, çalışanlara tam ücretli altı aylık doğum izni ve üç aylık Yasal Annelik Maaşı vermektedir. Ayrıca altı haftalık ücretli babalık izni de getirilmiştir. Evlat edinen ebeveynler de aynı haklara sahiptir.







## Çalışanlarımızın ihtiyaçlarının karşılanması

Çalışanlarımız 2022 yılında ortalama 17 saatten fazla eğitime katıldı. Rollerine özel eğitimlerin yanı sıra LinkedIn Learning'i tüm çalışanlarımızın kullanımına sunduk. Özel yönetim kursları ile 341 çalışanımızı destekledik ve ekipleri sürdürülebilirlik girişimlerimiz konusunda eğitmek için web seminerleri düzenledik.

Çalışanlarımızı günlük çalışmalarımızın yanı sıra yılda iki kez yaptığımız anketler aracılığıyla da dinliyor ve bize söylediklerine göre hareket ediyoruz. Çalışanlarımız bu anketlere değer veriyor ve yüzde 93 gibi etkileyici bir oranda katılım gösteriyorlar. 2022 yılında, ankete katılanların yüzde 83'ü yöneticilerini başkalarına tavsiye edebileceklerini söyledi.

İlk çalışan Hackathon'umuzu düzenledik ve ekiplere işleri yapma şeklimizi değiştirme şansı bulduk. Örneğin, esnek çalışma konusundaki yeni pozisyonumuz ve basitleştirilmiş pazarlama süreçleri bu şekilde oluşturuldu.

## Gönüllülük

Çalışanlarımızı dünyayı daha iyi bir yer haline getirmeye teşvik etmek için yeni bir gönüllülük politikası başlattık. Tüm çalışanlar, seçtikleri gönüllü faaliyetler için yılda en fazla 3 ücretli iş günü harcaabilirler (yarı zamanlı çalışanlar için orantılı olarak). İlk birkaç ay içinde dört ülkeden çalışanlarımız 12.128 saat gönüllülük faaliyetinde bulundu.

Örneğin, Polonya'daki çeşitli departmanlardan 60 çalışan, ağır hasta bir çocuğu olan tek ebeveynli bir çiftçi için 42 ton elma topladı.

“Gönüllülük fırsatını ihtiyaç sahibi bir aileye yardım etmek için kullandık. Önemli ölçüde katkıda bulunmayı başardık, aynı zamanda bu fırsatı ekibi kaynaştırmak için de kullandık.

**Jacek Puła**

Avrupa ve Kuzey Amerika Tedarik, Global Satın Alma Lideri

# Temsilcilerimizi Geliştiriyoruz

Avon, uzun ve gururlu kadın girişimcileri destekleme geçmişine sahiptir. Herkes **Avon Temsilcisi** olup kendi şartlarına göre çalışabilir.

Üç kıtada 8.638 kadın üzerinde yaptığımız bir araştırma, kadınların yüzde 98'inin hayat pahalılığı krizinden etkilendiğini ortaya koydu. Yüzde 80'i faturalarını ödemeye yardımcı olmak ya da küçük lüksleri karşılayabilmek için bir ek iş kurmuş ya da kurmayı düşünüyor.

**Avon Temsilcisi olmak**, hem tam zamanlı güzellik girişimcileri hem de yarı zamanlı meraklılar için **her zamank olduğundan daha kolay ve esnek**. Avon On uygulamamız, hiçbir ön maliyet olmadan müşterilerle bağlantı kurmayı ve çevrimiçi satış yapmayı kolaylaştırır. Ve sektör lideri kazanç oranlarımız ilk satıştan itibaren başlar.

“ Sırf eğlence olsun diye Avon Temsilcisi olduktan sonra hayatım değişti. Avon Lideri olarak bir ekibi yönetiyorum. Avon'dan kazandıklarım güzellik okuluna başlamama yardımcı oldu, bir hayalim gerçek oldu. İşim tamamen dijital, Avon bana ihtiyacım olan tüm araçları ve eğitimi veriyor. Avon işimi akıllı telefonumdan, her yerden yönetebiliyorum.

**Giulia Jendoubi**  
Dijital Satış Lideri, İtalya

“ Avon en başından beri yanımda oldu. İşleri kendi istediğim gibi yapmayı seviyorum ve esnek çalışma saatleri de bunu yapmamı sağlıyor. Bunu başka bir yarı zamanlı işte yapamazdım. Bana başka türlü sahip olamayacağım bir yaşam tarzı sağladı.

**Laura Shaw**  
Avon Temsilcisi, Birleşik Krallık

- 2022 yılının sonlarında, genel deneyimlerini yüksek puanlayan Temsilcilerin oranı tüm ülkelerde artıyor veya sabit kalıyordu.
- 2021'den bu yana, Temsilcilerimiz kendilerini dinleme, tanıma, onlarla iletişim kurma ve destekleme şeklimizden genel olarak daha mutlular.



# Toplum için önemli olan değerleri destekliyoruz

Avon, öncelikli olarak kadınları etkileyen ve aslında sadece kadınları da etkilemeyen toplumsal konular üzerinde hareket eder. Meme kanseri ve cinsiyete dayalı şiddet hakkında konuşuyor, farkındalık yaratıyor, çözüm önerileri sunuyor ve bağışlar ile ilgili kuruluşları finansal olarak destekliyoruz.

Avon International ve Avon Latin Amerika, 2022 yılında Ukraynalı mültecilere ürün bağıışı da dahil olmak üzere bu amaçlarla 10,1 milyon ABD Dolarından fazla bağışta bulunmuştur.



Avon'da çalışmayı, temsil ettiği değerler nedeniyle seçtim. Burada, daha yüksek bir amacı ve anlamı olan bir kariyer inşa ettim. Ayrıca kalıcı bağlantılar da kurdum. Avon'da, gücümüzü kucaklamak için kolektif kültürümüzü yaşıyor ve yaşıyoruz!

**Sipelelo Lityi**

Hukuk Müdürü, Güney Afrika ve Avon Pride lideri



# Toplumsal cinsiyete dayalı şiddete karşı mücadele ediyoruz

## Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddet

GBV, bir bireye cinsiyeti nedeniyle yöneltilen şiddet veya istismar veya belirli bir cinsiyetten bireylerin orantısız bir şekilde maruz kaldığı şiddet olarak tanımlanabilir.

Bu, fiziksel veya cinsel şiddet, zorlayıcı kontrol ve aile içi şiddeti kapsamaktadır. Dünya genelinde **her üç kadın ve kız çocuğundan birini** etkiler ve herkes bunu yaşayabilir, ailelere ve toplumlara zarar verir.

Bugüne kadar, toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin sona erdirilmesine yardımcı olmak için 91 milyon ABD Dolarından fazla katkıda bulduk ve dünya çapında yaklaşık 15 milyon kadına yardım ettik. **2022 yılında, Avon Fonu'ndan 35'ten fazla aile içi şiddet sivil toplum kuruluşuna yapılan 782.000 ABD Doları bağış da dahil olmak üzere, toplumsal cinsiyete dayalı şiddeti sona erdirmek için dünya çapında toplam 3,5 milyon ABD Doları bağışta bulduk.**

**Cinsiyete Dayalı Şiddet Protokolümüz**, toplumsal cinsiyete dayalı şiddete maruz kalan veya bir meslektaşının maruz kaldığından şüphelenen herhangi bir Avon çalışanını, eğitilmiş çalışan aracılığıyla gizlilik içinde, diğer kuruluşlara yönlendirerek ve ücretli izin vererek desteklememize yardımcı olmaktadır.

Büyük spor etkinliklerinin **aile içi şiddete katkıda bulunan bir faktör olduğu bilinmektedir**. Aile içi istismara karşı 2022'de **16 Günlük Aktivizm** ve Dünya Futbol Kupası ile aynı zamana denk geldiği için, biz ve uzman yardım kuruluşu **NO MORE**, insanların aile içi istismarın belirtilerini tanımaları ve bunu yaşayan insanlara nasıl yardımcı olacaklarını öğrenmeleri için bir kampanya ve rehber olan **#iamasupporter**'i başlattık.



“ Avon, 15 yılı aşkın bir süredir cinsiyete dayalı şiddetle mücadele etmek için dünyanın dört bir yanındaki sivil toplum kuruluşuyla birlikte çalışarak beş milyon Temsilcimize ve müşterilerine belirtileri fark etmeleri, güven içinde konuşmaları ve gerekli hizmetlere yönlendirmeleri konusunda yardımcı olmaktadır. Desteklediğimiz STK'lar, kadınlara bu durumdan kurtulmaları ve hayatlarını yeniden inşa etmeleri için ihtiyaç duydukları temel yardımı sağlamaktadır. ”

**Angela Cretu**  
CEO, Avon

## Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddet ile mücadelede yürüttüğümüz çalışmalardan örnekler



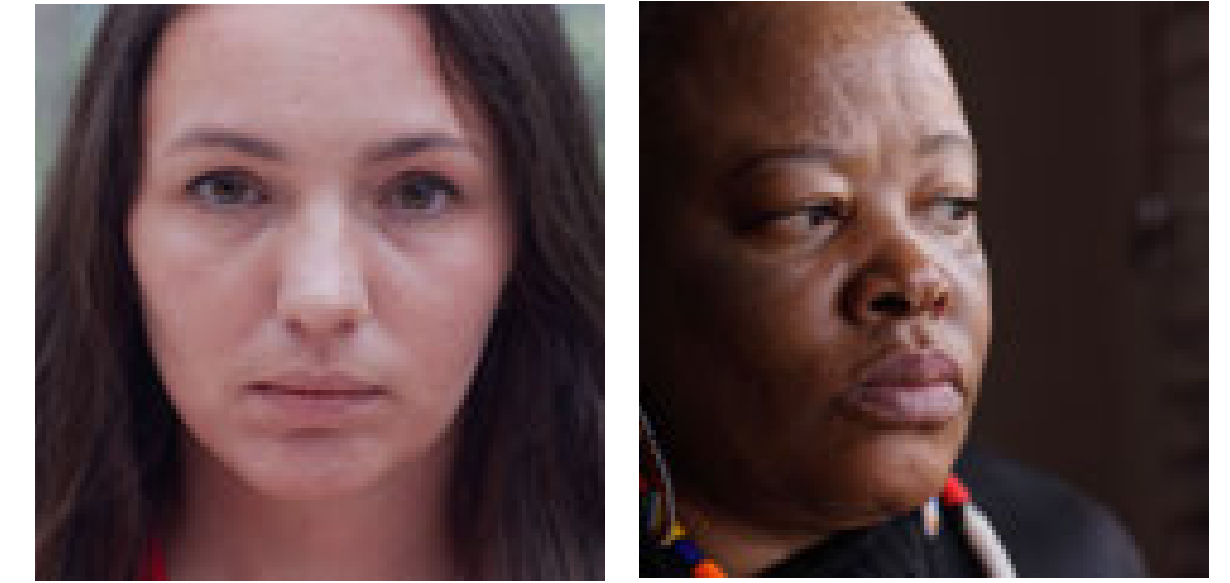
Romanya'da, **İlişkide Saygı atölyelerimiz** 500'den fazla genci sağlıklı ilişkilerin dinamikleri konusunda eğitti. Kampanya ayrıca ebeveynler ve gençler için bir kitap ve özel bir çevrimiçi forum içeriyordu ve Instagram içeriğimiz 279.000 gösterim aldı.



2022'deki **16 günlük Aktivizm** basın yayını sadece Birleşik Krallık'ta yedi milyon kişiye ulaştı.



Polonya'da şarkıcı Ewelina Flinta ile birlikte geliştirdiğimiz **#SpeakOut / #YouCanTellMe kampanyamız** kadınlara ve kız çocuklarına yönelik gizli cinsel saldırı sorununa dikkat çekti. Kampanya 56.7 milyondan fazla online izlenim elde etti.



“ Avon ile ortaklığımız, tüm aile içi şiddet mağdurları için mevcut destek hizmetlerini vurgulamaya devam etmemizi sağlıyor. Hepimiz çözümün bir parçası olmalı ve aile içi şiddetin tüm biçimlerini konuşmaya başlamalıyız. ”

**Pamela Zaballa**  
CEO, NO MORE



# Meme kanseri eğitimi, farkındalığı ve desteği sağlıyoruz

Her sekiz kadından biri meme kanserine yakalanabilir. Ancak erken teşhis hayat kurtarır.

Avon bugüne kadar **meme kanseri için global çapta 951 milyon ABD dolarının üzerinde bağışta bulunmuş**, 180 milyon insanı bu konuda eğitmiş ve dünya çapında 17 milyon kadına meme taraması için fon sağlamıştır.

**2022 yılında kampanyalarımız 410.773 kadını bilgilendirdi ve/veya destekledi.** 78.232 kadının dünya çapında ücretsiz meme taramalarına erişmesini sağladı.

## #NormalForMe

Herkesin 'normali' farklıdır, ancak araştırmalar birçok kişinin yeni kitleler veya görünümdeki değişiklikler gibi olası kanser belirtileri için memelerini hiç kontrol etmediğini göstermektedir.

**Meme Kanseri Farkındalık Ayı** 2022 boyunca #NormalForMe adlı Global bir kampanya yürüttük ve kadınlara ve erkeklere, potansiyel olarak endişe verici değişiklikleri tespit etmeye yardımcı olmak için aylık rutinlerine kontrolü eklemelerini önemle tavsiye ettik.



“ Sizin 'normal'inizin nasıl görünmesi ve nasıl hissettirmesi gerektiğini söylemek mümkün değil. Bunun yerine, kanser belirtisi olabilecek herhangi bir [meme] değişikliğine dikkat etmeniz önemli. Bizim için neyin normal olduğunu öğrenirsek, bu değişiklikleri tespit etmek daha kolay olacak, daha erken teşhis koyabileceğiz ve sonuçta tedavi daha etkili olacaktır. ”

**Dr Frankie Jackson-Spence**  
UK



## Rak'n'Roll Derneği

Polonya'da, bir pilot programın parçası olarak, **Rak'n'Roll Derneği** 48 Avon Temsilcisine Polonya liselerindeki kızların kendi vücutlarında neyin normal olduğunu anlamalarına yardımcı olmaları için eğitim verdi.

Bu girişim şimdiden 66 okulda **6.084 kız çocuğuna** ulaştı ve önümüzdeki yıl daha da genişleyecek. Influencer Natalia Nykiel tarafından desteklenen Polonya'daki #NormalForMe kampanyası, TikTok da dahil olmak üzere basılı ve çevrimiçi medya aracılığıyla **30 milyondan fazla kişiye** ulaştı.



## 2022'den örnek meme kanseri çalışmaları

- Avon İtalya'nın **Yaşam için 30 Bin Adım** kampanyası, insanları Eylül ve Ekim aylarında 30.000 adım yürümeye veya koşmaya teşvik ederken, meme kanseriyle mücadele için farkındalık ve fon yarattı. Kampanya şapkalarının satışından elde edilen gelirin bir kısmı meme taramalarına fon sağlamak üzere **Libellule Onlus Derneği'ne** aktarıldı. Birçok etkinlik katılımcısı bu şapkaları taktı ve etkinliklerinin görüntülerini paylaştı. 1.410 adet şapka satarak yaklaşık 7.000 € gelir elde ettik.

“ Bu gibi etkinlikler, kadınların iyiliği için kendini adanmış bir ailenin parçası olduğumuz için bizi gerçekten gururlandırıyor. Avon Çalışanı, İtalya ”

- **Pink Ribbon Muayene Odası** girişimimiz 15 yıl boyunca Polonya'da 63.000 ultrason meme taramasına destek sağlamıştır. 2022 yılında 78 lokasyonda 5.000 taramayı destekledi.
- Prag'da düzenlenen 2022 **Avon Pink Ribbon yürüyüşünde** meme kanseri farkındalığı için 41.000 ABD doları toplanmıştır. Çekya'daki ekibimiz 2008 yılından bu yana 13.000'den fazla tişört sattı ve meme kanseri STK'larına 5 milyon ABD dolarının üzerinde bağışta bulundu.



# Ukrayna'daki savaştan etkilenen insanları destekliyoruz

Dünyayı kadınlar ve hepimiz için daha iyi bir yer haline getirmek, kriz anlarında harekete geçmek anlamına geliyor.

Ukrayna'da savaş patlak verdiğinde Avon olarak derhal insani yardım desteği sağlayarak Ukraynalı iş ortaklarımıza, Temsilcilerimize ve topluluklarımıza destek olduk. Avans maaş ödemeleri, destek fonları, güvenlik danışmanlığı ve tıbbi desteğe erişim de dahil olmak üzere mali ve lojistik destek organize ettik.

Komşu ülkelere taşınan Ukraynalı çalışanlarımıza ve Temsilcilerimize yasal, tıbbi ve istihdam konularını kapsayan hayati bilgiler ve destek sağladık. Binlerce Ukraynalı Temsilcinin gelir elde etme fırsatına sahip olmasını sağlamak için operasyonları güvenli bir şekilde yeniden başlatmaya odaklandık ve Polonya Dağıtım Merkezimizden teslimatları hızla gerçekleştirdik.

İnsani yardım sağlayan uluslararası ve yerel kuruluşlarla ortaklık kurduk. Örneğin Avon Vakfı, Kızıl Haç'ın bölgedeki çalışmalarını desteklemek için **200.000 ABD doları** bağışta bulundu ve Polonya, Romanya ve Ukrayna'daki Ukraynalıları desteklemek için **37 tondan fazla** kozmetik, hijyen ürünü ve giysi bağışladı.

Avon ailesi, ek fonlar toplayarak ve **2.000'den fazla mülteciye** ulaşım, kalacak yer sağlayarak ve temel eşya bağışlarını toplayarak kişisel olarak yardım ederek olağanüstü bir dayanışma gösterisinde bir araya geldi.

## Savaşta cinsiyete dayalı şiddete karşı çıkmak

**Cinsiyete Dayalı Şiddete Karşı 16 Günlük Aktivizm** kampanyasının bir parçası olarak, savaş sırasında cinsel şiddet konusunda farkındalık yarattık. Ayrıca toplumsal cinsiyete dayalı şiddet mağdurlarını desteklemek için **Ukrayna'daki BM Nüfus Fonu'na (UNFPA) 162.000 ABD Doları** bağışta bulunduk. Bu yardım, yaklaşık 1.000 kadın ve kız çocuğunun savaş mağduriyetlerinin üstesinden gelmelerine ve hayatlarını yeniden inşa etmelerine destek olacaktır.



Uzun vadeli iş birlikçimiz Avon'a Ukrayna'da toplumsal cinsiyete dayalı şiddeti sona erdirmeye yönelik katkılarından dolayı son derece müteşekkirimiz ve umarız bu çalışmalar diğer özel sektör şirketlerini de Ukraynalı kadın ve kız çocuklarının geleceği için bize katılmaya teşvik eder.

**Jaime Nadal**  
UNFPA Ukrayna Temsilcisi









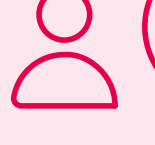



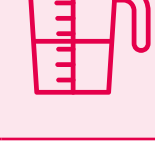
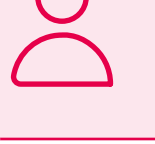

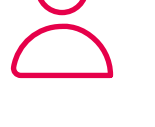


# Tedarik zincirimiz

Avon'un 101 ülkede yaklaşık 7.000 doğrudan ve dolaylı tedarikçiyi içeren tedarik zinciri, insanlar ve çevre üzerindeki etkimizi önemli ölçüde etkileyebileceğimiz bir alan.

2022 yılında, ağaçların kesilmesi gibi bazen sosyal veya ekolojik risklerle ilişkilendirilen altı maddeyi kapsayan [kritik malzeme politikaları](#) ve eylem planları başlattık (tabloya bakınız). Bu bileşenlerin ve malzemelerin hem insanlar hem de gezegen için sürdürülebilir bir şekilde tedarik edilmesini sağlamak için izlenebilirlik (nereden geldikleri) konusunda net standartlarımız var ve üretimlerinin belirli uluslararası standartları karşıladığına dair sertifika talep ediyoruz.

Avon International, 2022 yılında tüm kritik malzemelerde yüzde 90'ın üzerinde izlenebilirliğin yanı sıra kağıt için yüzde 76,8 (FSC veya PEFC) ve palmye için yüzde 57,5 (RSPO MB) sertifikasyon elde etmiştir.

Kritik materyal	Ana Kullanımı	Tedarik zincirinde temel potansiyel riskleri
Palm	→  Ürün içeriği	  Ekolojik, Sosyal
Kağıt	→  Kataloglar paketleme	 Ekolojik
Pamuk	→  Kumaş, ev tekstili aksesuarlar, çantalar	  Ekolojik, Sosyal
Soya	→  ürün içeriği	 Ekolojik
Mika	→  Ürün içeriği	 Sosyal
Ethanol	→  Ürün içeriği	 Sosyal

İşimizle bağlantılı herkesin, özellikle de dezavantajlı veya yeterince temsil edilmeyen gruplardan insanların haklarına saygı duyuyoruz. 2022 yılında başlatılan ve uluslararası kabul görmüş standartlar, ulusal ve uluslararası yasalarla uyumlu olan [Natura &Co İnsan Hakları Beyanı](#), operasyonlarımız ve tedarik zincirimiz boyunca çalışanların ve tedarikçi toplulukların haklarını güvence altına almak için katı protokollerin ana hatlarını çizmektedir. Bu, Avon planlama ve performans ölçümü boyunca uygulanmaktadır.

[Güncellenen Natura &Co Tedarikçi Çalışma Kuralları](#), tedarikçilerimizin sıkı sosyal ve çevresel koşullara uymasını gerektirmekte ve uyumu sağlamak için sağlam bir denetim süreci uygulanmaktadır. 2023 yılına kadar 347 yeni Avon tedarikçisi bu kuralları imzaladı. Şimdi bunu tüm tedarikçilere genişletiyoruz.

Filipinler'deki doğrudan ve dolaylı tedarikçilerimizin 500'den fazla temsilcisi de dahil olmak üzere, tedarikçilerimizi kaynak bulma gerekliliklerimizi anlamalarını sağlamak için eğittik. Ve Global tedarik zincirlerinde iyi uygulamaları teşvik etmek için [Sustainable Palm Index](#) ve mika işleyicileri için [Responsible Workplace Standard](#) gibi iş birlikçi girişimlere katılmaya devam ettik.

## Endonezya'da rejeneratif palmiye üretiminin desteklenmesi, Central Kalimantan

Bazı Sürdürülebilir Türevler İçin Harekete Geçiyoruz üyeleriyle birlikte Avon, Endonezya'nın palmiye üretimi yapılan bölgelerinde sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek ve tahrip olmuş arazileri eski haline getirmek amacıyla Kaleka tarafından yürütülen beş yıllık Mosaik projesini desteklemektedir. Bugüne kadar 8.512 bağımsız palmiye çiftçisi, farklı kamu ve özel fon sağlayıcılarının desteğiyle sürdürülebilir tarım yapmalarına yardımcı olmak üzere eğitildi.

2022'de ASD kolektif fonundan sağlanan finansman sayesinde 500 hektar orman sosyal ormancılık programı ile korunmuş ve bir köy alternatif yangınsız tarım uygulamalarını benimsemiştir. Proje, 90 hektarlık alanda ekosistemleri restore etti ve 614 çiftçinin Sürdürülebilir Palmiye Üzerine Küresel Toplantı ve Endonezya Sürdürülebilir Palm Yağı standartlarını karşıladıklarını belgelemelerine destek oldu.

“ Bu program için müteşekkirimiz çünkü bu ağaçlandırma faaliyeti Endonezya'da türünün ilk örneği. Daha önce hiç böyle bir yardım almamıştık.

**Jabar**  
Endonezya'dan palmiye çiftçisi



## Güney Asya'da toplumsal cinsiyete dayalı şiddetle mücadele

2021-22'de Avon, bazı tedarikçiler arasında ve toplumun genelinde toplumsal cinsiyete dayalı şiddet ve diğer zararlı toplumsal cinsiyet normlarıyla mücadeleye yardımcı olmak amacıyla Hindistan ve Bangladeş'teki HERrespect programını desteklemiştir.

“ HERrespect programı çok faydalı oldu. Çıranlarımız toplumsal cinsiyet duyarlılığı ve cinsel tacizin önlenmesi konusunda bilinçlendi. Amirler kadın çalışanlara karşı daha destekleyici oldular. Kadın işçiler artık endişelerini amirlerine iletiyorlar. Bu programı fabrikamızda devam ettireceğiz.

Radium Creation temsilcisi

Hindistan'daki mücevher tedarikçisi Radium Creation, yerel sivil toplum kuruluşu Kshitij ve sürdürülebilir iş ağı BSR tarafından yürütülen bu programa katıldı. Eğitim, farkındalık yaratma ve daha güçlü işyeri şikayet prosedürlerinin ardından, kadınlar artık endişelerini iletebildiklerini ve hem işte hem de iş dışında karar alma süreçlerinde daha fazla söz sahibi olduklarını hissediyorlar. Erkeklerin tutumları da değişiyor.

### Aktif üyeleriz:

- [Action for Sustainable Derivatives](#)
- [Roundtable on Sustainable Palm Oil](#)
- [Responsible Mica Initiative](#)



# Ekolojik

"Avon'da her zaman sürdürülebilirlik hakkında konuşur ve düşünürüz. Sadece Sürdürülebilirlik ekibi değil, herkes bu konuyu önemsiyor. Bunu görmek nadir bir durum ve bu gurur duyulacak bir şey."

**Louise Scott,**  
Bilim Kurulu Başkanı, Avon

# Karbon ayak izimizi azaltıyoruz

Her kuruluş gibi, gezegen üzerindeki etkimizi iyileştirmek, karbon ayak izimize katkıda bulunan tüm faktörleri anlamayı ve ele almayı gerektirir. Bu, 'kapsam 1 ve 2' sera gazı emisyonlarımızı (doğrudan işimizden ve enerji kullanımımızdan kaynaklananlar) ve 'kapsam 3' emisyonlarımızı (tedarik zincirimizde üretilenler gibi işimizle ilişkili dolaylı emisyonlar) kapsamaktadır.

- 2021 yılında kapsam 1, 2 ve 3 emisyonlarımızı yüzde 8 oranında azalttık<sup>3</sup>
- Filipinler'de kapsam 1 ve 2 emisyonlarımızı bir önceki yıla göre yüzde 14, Güney Afrika'da ise yüzde 16 oranında azalttık

<sup>3</sup> 2020'ye kıyasla piyasa bazlı, dolaylı tüketici kullanımı hariç, yaptığımız her şeyde verimliliği teşvik ederek ve aynı zamanda daha düşük üretim seviyeleri nedeniyle.

<sup>4</sup> 2021 yılında Yenilenebilir Enerji Menşe Garantisi (REGO) sertifikası satın alınmaması nedeniyle piyasa bazlı emisyonlar önemli ölçüde artmıştır. Bunun yerine fonları şirket içi karbon azaltma girişimlerine yatırım yapmak için kullanıyoruz.

## Kapsam 1, 2 ve 3 emisyonlarımız, 2020-2022

	2020 referans ton karbondioksit eşdeğeri (TCO <sub>2</sub> e)	2021 (TCO <sub>2</sub> e)	2022 (TCO <sub>2</sub> e)
<b>Kapsam 1</b>	17,213	14,515	13,540
<b>Kapsam 2 (pazar-bazında)</b>	10,982	34,723 <sup>4</sup>	27,171
<b>Kapsam 2 (konum bazında)</b>	35,154	31,420	23,440
<b>Kapsam 3 (dolaylı tüketici kullanımı hariç)</b>	663,247	586,304	Kapsam 3 verileri daha sonra yayınlanacaktır
<b>Toplam(pazar temelli, dolaylı tüketici kullanımı hariç)</b>	691,442	635,542	
<b>Toplam( konum bazında- dolaylı tüketici kullanımı hariç)</b>	715,614	632,239	

## Veri temelli karbon azaltma planları geliştiriyoruz

Kapsam 1 ve 2 emisyonlarımızı 2005 yılından bu yana ölçüyoruz. 2022 yılında, **2020 için kapsam 3 taban çizgimizi belirleme ve ana etkenlerini anlama gibi** zorlu bir görevi tamamladık (sonraki sayfadaki tabloya bakınız).

Bu ilerlemeden gurur duyuyoruz ancak daha yapacak çok işimiz olduğunu da biliyoruz. 2022'deki temel odak noktamız, güzellik ürünü içeriklerimizin ve ambalajlarımızın, Beauty+ ürünlerimizin (moda ve ev ürün grubumuz), broşürlerimizin ve ulaşımın karbon ayak izimize nasıl katkıda bulunduğunu ayrıntılı olarak anlamaktır.

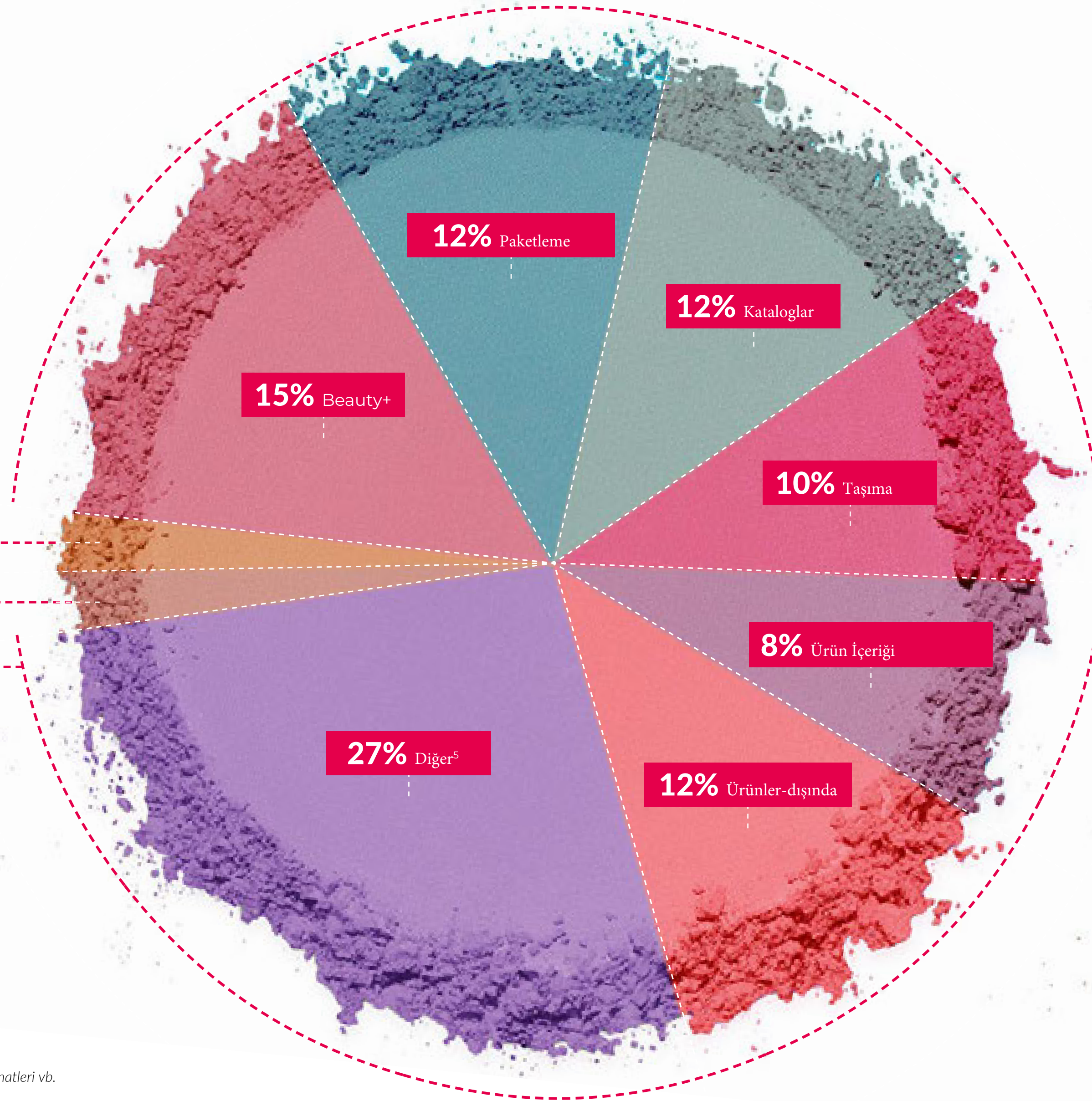
Bu bilgiyi, yukarıda listelenen odak alanlarının her biri için 2023 yılında sonuçlandırılacak olan kanıta dayalı, maliyetli stratejiler geliştirmek için kullanıyoruz. 2022 yılında, bu stratejileri bilgilendirmek için kapsamlı çalışmalar yürüttük ve bunları yürütecek doğru ekipleri oluşturmaya başladık. Bunu doğru yapmak zaman olsa da karbon azaltma planlarımızı daha etkili kılacak.

**Nihayetinde, sorumlu bir şekilde net sıfır karbon emisyonuna doğru ilerlemek istiyoruz. Bilime Dayalı Hedefler Girişimi (SBTi)**, küresel ısınmanın sanayi öncesi seviyelerin 1,5°C üzerinde sınırlandırılmasına yardımcı olacak hedeflerin belirlenmesinde en iyi uygulamaları tanımlamaktadır. Natura &Co olarak 2022 yılında bilime dayalı hedefimizi SBTi'ye sunduk ve şu anda doğrulama bekliyoruz.

Her üç kapsamda da, bu planlar tam yaşam döngüsü değerlendirmelerini içerecek ve bir alandaki iyileştirmelerin diğerlerinde istenmeyen sonuçlar doğurmasını sağlayacaktır. Buna, işgücümüz ve tedarik zincirimizdeki kadınlar için dünyayı daha iyi hale getirmeye devam ettiğimizden emin olmak da dahildir.

**Avon International'ın karbon ayak izine katkıda bulunan ana unsurlar, 2020 referans noktası**

2% Kapsam1  
2% Kapsam2  
96% Kapsam3



**Daha az malzeme, daha az mesafe, daha az karbon salınımı**

Planlarımızın önemli bir parçası, daha az malzeme üretmek ve taşımak, daha az mesafe kat etmek ve **daha az karbon salınımı yapmaktır**.

Kullandığımız ambalaj miktarını azaltarak ve ürün portföyümüzü düzenleyerek zaten **daha az ürün üretiyoruz**. Örneğin, yaklaşık 1.695 ton CO<sub>2</sub> tasarrufu sağlayacak olan çocuk, dış giyim ve ayakkabı serilerimizi sonlandırıyoruz.

Daha dijital araçlara geçişimiz, önümüzdeki yıllarda tahmini 3.204 ton kağıt ve 7.214,97 ton CO<sub>2</sub> tasarrufu sağlayacak olan broşürlerimizin sayısını, boyutunu ve uzunluğunu azaltma planlarını da içeriyor.

Mümkün olan her yerde yerel tedarikçilerden alım yaparak ve dağıtım merkezlerimizin yerini değiştirmeye yönelik uygunluk çalışmaları yürüterek mal ve malzemeleri **daha az uzağa taşıma** yolunda ilerliyoruz.

**Daha az karbon salınımı** için Beauty+ serilerimizdeki pamuk ve polyesteri geri dönüştürülmüş veya organik alternatiflerle değiştirmeyi araştırıyoruz. Bu süreci, emisyonlarda tahmini yüzde 8-15'lik bir azalma tespit ettiğimiz iç giyim ürünlerimiz için çoktan başlattık.

<sup>5</sup> Örn. Akaryakıt taşımacılık, atık, iş ve çalışan seyahatleri vb.

# Kaynak Kullanımımız

Avon'da enerji ve su kullanımımızı azaltmaya, daha az atık üretmeye ve faaliyetlerimiz genelinde geri dönüşüm oranımızı artırmaya çalışıyoruz. 2022 yılında bu alanlarda büyük ilerleme kaydetmeye devam ederek hedeflerimize ulaşma yolunda ilerledik.

## Atık üretimimiz ve su kullanımımız

Performans göstergesi	2021 performansı	2022 performansı	Değişim [%]
Su kullanım yoğunluğu [m <sup>3</sup> /1.000 birim]	0.34	0.33	-1.2
Atık yoğunluğu [kg/1.000 birim]	12.45	11.87	-3.8
Düzenli depolama sahasına giden toplam atık [ton]	203.3	52.9	-74

## Enerji tasarrufu

2022'de odak noktamız enerji kullanımımızı azaltmak ve tüm fabrikamızda, dağıtım merkezlerimizde ve ofislerimizde enerji verimliliğini en üst düzeye çıkarmaktı. Bu, sürdürülebilirliği günlük çalışma uygulamalarına dahil etmeleri için çalışanlarımızı eğitmeyi, işleri yapma şeklimizi değiştirmeyi ve enerji tasarrufu sağlayan makinelere yatırım yapmayı içeriyordu.

### Enerji tasarrufu girişimlerine örnek

- Polonya'daki fabrika ve Türkiye'deki operasyon merkezinde aynı hacimde ürünü daha kısa sürede üretmek için vardiya düzenlerini ayarladık.
- Polonya'da bazı ürünlerimizi emülsifiye ederken su sıcaklığını yarıya indirdik.
- Güney Afrika ofisimizde güneş panelleri ve LED aydınlatma kurarak enerji tüketimini yüzde 20 azalttık.



## Hedef Liderlerimiz iş başında

2022 yılında, Orta ve Doğu Avrupa Hedef Liderimiz Jan de Groot, altı ülkede 184 Avon lideriyle farkındalık oturumları düzenledi. Pazarlamadan depo ekiplerine kadar her ekibin sürdürülebilirlik faaliyetlerimize nasıl katkıda bulunabileceğini anlamalarına yardımcı oldu. Jan, kullanılan kaynaklar, üretilen atıklar ve karbon emisyonları hakkında aylık raporlama yaparak performansımızı takip ediyor ve iyileştirmeler sağlıyor.

Asya-Pasifik Hedef Liderimiz Brefelin Jamias-Robles de kültürel değişiklikleri hayata geçiriyor:

“ Mola zamanı ya da çıkış saati geldiğinde, insanlar otomatik olarak ışıkları ve klimayı kapatıyor - enerji tasarrufumuzun bir parçası olmaları gerektiğini biliyorlar. Bu kültürün bir parçası haline geldi.

**Brefelin Jamias-Robles**  
Asya-Pasifik Hedef Lideri



## Su tasarrufu ve atıkların azaltılması

Tesislerimiz 2021 yılına kıyasla su kullanım yoğunluklarını yüzde 1,2 oranında azalttı. Bunun nedeni büyük ölçüde Polonya'daki üretim tesisimizin artık yeni protokoller ve daha iyi üretim sıralaması uygulayarak ürün üretirken suyu daha verimli kullanmasıydı.

2022 yılında, 2021 yılına kıyasla birim başına yüzde 3,8 daha az atık ürettik ve operasyonel atık depolama alanımızı yüzde 74 oranında azalttık. Rusya'daki üretim tesisimizin düzenli depolama alanından geri dönüşüme geçmesi, Polonya'daki zorlu yeni geri dönüşüm yönetmeliklerine rağmen operasyonel geri dönüşüm oranımızın yüzde 97,8'e yükselmesine yardımcı oldu. Filipinler ve Güney Afrika'da çöp sahasına sıfır atık göndermeyi başardık.

## Örnek su tasarrufu ve atık azaltma girişimleri

- Polonya'daki üretim tesisimiz her ay 70-100 ton kurutulmuş atık su çamurunu otoyollar gibi kamuya açık alanlarda ekim için toprak gübresi olarak kullanılmak üzere bağışlıyor
- Ürünlerimizi üretirken yeni yaklaşımlar kullanarak yılda 2,1 milyon litreden fazla su tasarrufu sağlıyoruz
- Fazla ürün envanterimizi azaltmanın ve artan ürünleri iyi amaçlar için bağışlamanın yollarını buluyoruz

# Güzellik ürünü ambalajlarımız

Güzellik ürünü ambalajlarımızın Avon'un ekolojik ayak izine önemli bir katkıda bulunduğunu biliyoruz, bu nedenle kendimize zorlu ambalaj sürdürülebilirliği hedefleri belirledik.

2030'a kadar:

- Ambalajlarımızın yüzde 100'ünün geri dönüştürülebilir, yeniden kullanılabilir veya kompostlanabilir olmasını
- Kullandığımız plastiğin yüzde 50'sinin geri dönüştürülmesini hedefliyoruz

Araştırma ve Geliştirme ambalaj ekibimiz, ürün geliştirme sırasında ambalaj inovasyonu kararlarını yönlendirmek için Kozmetik için Sürdürülebilir Ambalaj Girişimi (SPICE) Kullanım Ömrü Değerlendirme aracını kullanmakta ve ayrıca aracı güçlendirmek için çalışma gruplarına katkıda bulunmaktadır.

31 Aralık 2022 itibariyle ambalajlarımızın yüzde 79,7'si yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir veya kompostlanabilir nitelikteydi ve bu oran 2021'e göre küçük bir artış gösterdi. Ambalajlarımızın daha fazlası teknik olarak geri dönüştürülebilir, ancak geri dönüştürülebilirliği yalnızca bunun pratik olarak mümkün olduğu ülkelerde iddia ediyoruz.

2022 yılında ambalajlarımızda işlenmemiş plastik yerine 47,7 ton tüketim sonrası geri dönüştürülmüş (PCR) malzeme kullandık. Genel olarak, plastik ambalaj malzememizin yüzde 0,6'sı PCR idi (bir sonraki sayfadaki örneklerle bakın) ve 2030 yılına kadar yüzde 50'ye ulaşmak için bir çalışma planımız var. Bu, PCR'nin ürün tüplerimizde ve şişelerimizde kullanımının uygun ve güvenli olmasını sağlamak için kapsamlı araştırma, geliştirme ve testleri içermektedir.

Kısmen ambalajlarımızdaki değişiklikler, kısmen de yıl içindeki ürün satışlarının karışımı ve hacmi nedeniyle 2022 yılında toplam 4.425 ton (yüzde 36) daha az plastik ambalaj kullandık.

Daha geri dönüştürülebilir plastik formları ve daha fazla Geri Dönüştürülmüş Plastik (PCR) kullanarak, önemli ölçüde daha az plastik ambalajla birkaç ürün serisini yeniden piyasaya sürdük. Mümkün olan yerlerde, üretim ve dağıtımdan kaynaklanan emisyonları azaltmak için plastik ambalajlarımızın ağırlığını da azaltıyoruz.

Diğer ambalaj azaltma girişimleri arasında yeniden doldurulabilir ambalaj prototiplerinin denenmesi ve çeşitli ülkelerdeki Temsilciler ve müşteriler arasında bazı daha konsantre ürün formülleri yer almaktadır.

“ Anew Hydrating Overnight Mask'ın yeni, daha çevreci ambalajını beğendim. Güzel ve tamamen geri dönüştürülebilir.

Birleşik Krallık'tan bir tüketici





## Sürdürülebilir ambalajlarımızdan örnekler

### Avon Care Bath & Body



Azaltılan plastik miktarı,  
2022 satışlarına göre

**640** ton daha az

### Planet Spa Pillow Mists



Kullanılan PCR plastik miktarı,  
2022 satışlarına göre

**24** ton

(şişeler %98,5 PCR'dan ve  
pompalar %65 PCR'dan  
yapılmıştır)

### Avon Essence

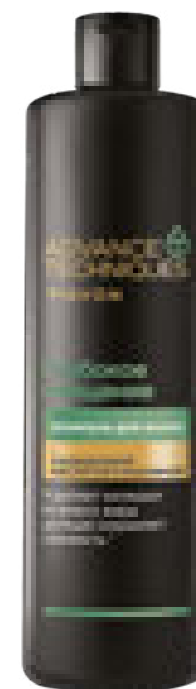


Kullanılan PCR plastik miktarı,  
2022 satışlarına göre

**23** ton

(%98-98,5 PCR'den üretilmiş şişeler)

### Advanced Techniques



Gelişmiş geri dönüştürülebilirlik

**13.3** ton

(siyah ambalajlar artık yeni  
pigmentler kullanılarak  
ayrıştırılabilir ve geri  
dönüştürülebilir)

## Filipinler ve Birleşik Krallık'ta Ambalaj Geri Toplama Programları

Filipinler'in okyanustaki plastik atıklarla ilgili büyük bir sorunu var. Bununla mücadeleye yardımcı olmak için 2021-2022 yıllarında **The Plastic Flamingo** ile ortaklaşa olarak plastik ambalajlarımız için yerel bir geri alma programı denedik. Kadınların öncülük ettiği bu sosyal girişim, Avon'daki 12 lokasyondan kullanılmış ambalajları toplayıp ayrıştırıyor ve inşaat için ekolojik plakalara dönüştürüyor.

Sadece üç ay içinde, bu program 2.000 adet Avon ambalajını yeniden değerlendirerek atıkları azalttı ve kadınlar için geçim kaynağı yarattı. Bu girişim Avon'un ötesinde bir etki yaratıyor.

Bu programı daha fazla Filipin adasına genişletmeyi umuyoruz. 2022 yılında, **Metrisk ve My Waste** ile işbirliği yaparak Birleşik Krallık'ta da bir ambalaj geri alma programını denedik.

### Aktif üyeyiz:

- [The SPICE Plastic Recyclability Taskforce](#)
- [RecyClass](#)

# Beauty+ ürünlerimiz

2020 yılında, **Beauty+** giyim, ayakkabı ve aksesuar serimiz yüzde 15 ile Avon'un karbon ayak izine en büyük katkıyı yapan ürünler oldu.

**Beauty+** kategorilerimizden kaynaklanan karbon emisyonlarını 2030 yılına kadar önemli ölçüde azaltmanın yollarını araştırıyoruz; örneğin ürün yelpazemizi daha sürdürülebilir seçeneklere odaklayarak ve kullandığımız malzemeleri ve süreçleri değiştirerek.



2022'de bu hedeflere yönelik büyük ilerleme kaydettik. **Beauty+ ambalaj malzemelerimizin yüzde 100'ü artık PVC içermiyor.** Lamine kutu ve streç film kullanmayı bıraktık, tek kullanımlık ambalajlarımızı azalttık ve daha fazla yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir ve kompostlanabilir ambalaj kullandık.

Bir sonraki adımımız, tüm ambalaj malzemelerimizin sürdürülebilir ve duyarlı kaynaklardan gelmesini sağlamaktır. Örneğin, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'da artık Forest Stewardship Council tarafından sertifikalandırılmış karton ve kağıt ambalaj malzemeleri tedarik ediyoruz. İç giyim ürünlerimiz için potansiyel geri dönüştürülmüş polyester seçeneklerini de gözden geçiriyoruz.

## Ekolojiye yararlı diğer Beauty+ girişimleri

- Güney Afrika'daki saklama torbalarımızın yüzde 100'ü geri dönüştürülmüş plastik şişelerden elde edilen kumaştan üretiliyor.
- 2022'de kadınlara ait Naledi fabrikasından mücevher hediye setleri tedarik etmesini istedik ve bu sayede 31 kadının gelir elde etmesine yardımcı olduk

Beauty+ serilerimizde yer alan kişileri desteklemek için **Güney Asya fabrikalarında cinsiyete dayalı şiddeti azaltmaya yönelik bir proje yürüttük.**



# Ürün İçeriklerimiz

Avon'da her zaman yüksek performanslı, yüksek kaliteli ürünler geliştirdik. Şimdi de en sürdürülebilir ürün içeriklerini araştırıyoruz.

2030'a kadar:

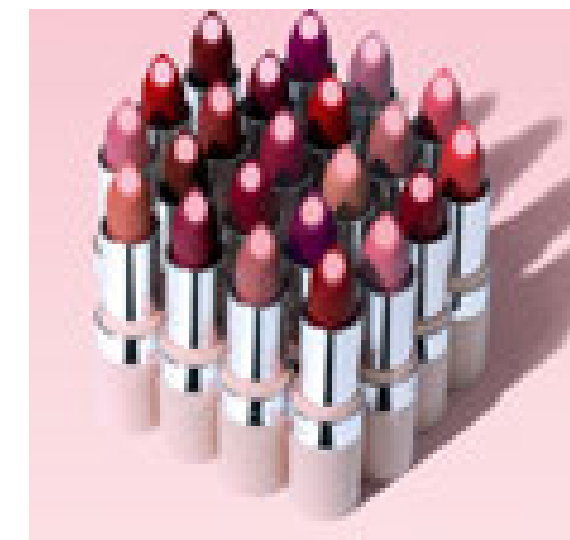
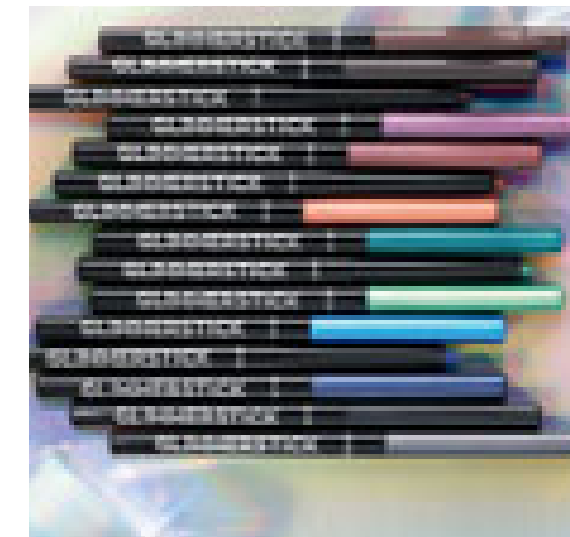
- Yüzde 95+ biyolojik olarak parçalanabilir ürün formülleri
- Yeni formüllerimizin yüzde 100'ünün önceki versiyonlarımıza göre daha düşük çevresel yaşam döngüsü etkisine sahip olmasını istiyoruz



## 2022'de ürünlerimizin biyolojik olarak parçalanabilirliğini artırdık

- Yeni kadın parfümümüz LOV|U a Touch Dreamwood™ içerir: şeker kamışından elde edilen yüzde 100 yenilenebilir ve biyolojik olarak parçalanabilir bir yağ.
- 12 yeni Glimmerstick göz kalemimiz ortalama yüzde 98 oranında biyolojik olarak parçalanabilir. Geçen yıl bunlardan 6,8 milyon adet sattık!
- Yenilenebilir bir biyoteknoloji süreci kullanılarak oluşturulan biyofermente hyaluronik asit içeren yeni Hydramatic Matte Rujumuzu geliştirdik.

Biyolojik olarak parçalanamayan bileşenleri aşamalı olarak ortadan kaldırırken, çağın ilerisinde duruyoruz. Sadece yasal son kabul tarihlerine uymakla kalmıyor, bunları aşmaya ve örnek teşkil etmeye çalışıyoruz.



Gerçek bir adım atarak, ürün içeriklerimizle ilgili ekolojik ayak izimizin tam yaşam döngüsü analizini, bunların nasıl üretildiği, kullanıldığı ve yok edildiğine dayalı olarak ölçmeye öncülük ettik.

Araştırma ve Geliştirme ekibimizden iki ürün uzmanı, Quantis ile birlikte geliştirdiğimiz ezber bozan bir aracın ana hatlarını çizen **Green Chemistry'de** bir makale yazdı. Bu araç, ürün formüllerinin içerik tedariklerinden müşteri tarafından kullanımdan kaldırılmasına kadar tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerini ölçmektedir. Artık bu aracı ürün geliştirme seçimlerimizi ve süreçlerimizi her aşamada bilgilendirmek için kullanıyoruz.

Ayrıca **bileşen tedarikimizin sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğini de geliştirdik**. Paketleme ve nakliye kaynaklı emisyonları azaltmak için konsantre formüller geliştirdik ve test ettik. Ayrıca fabrikalarımızda daha az enerji ve su kullanmanın ve daha az atık üretmenin yollarını bulduk.

### Aktif üyeyiz:

- [EcoBeautyScore Consortium teknik çalışma grupları](#)
- [The Cosmetic, Toiletry & Perfumery Association Sustainability Komitesi](#)

# Hayvan Hakları

Avon olarak, ürünlerimizin veya içeriklerimizin hiçbirini **dünyanın hiçbir yerinde hayvanlar üzerinde test etmiyoruz**. Ürünlerimizin güvenliğini kanıtlamak için veri kullanımı, bilgisayar modellemesi ve laboratuvar testleri gibi diğer veriye dayalı yöntemleri kullanıyoruz.

Hatta, Fund for the Replacement of Animals in Medical Experiments (FRAME) ve Humane Society International ile ortaklaşa olarak 30 yılı aşkın bir süredir hayvan deneylerine alternatifler için mücadele yürütüyoruz.

Ayrıca, gezegenimiz ve kaynakları üzerinde olumsuz bir etki yaratmadan ürünlerimize daha fazla bitki bazlı ve sentetik bileşen dahil etmeye çalışıyoruz.

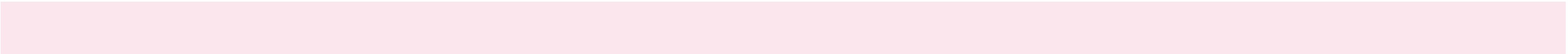


Hayvanlar üzerinde deneyleri sonlandıran **ILK GLOBAL GÜZELLİK MARKASI** olarak **LEAPING BUNNY** onayını aldık.





# Ekler



# Öncelik değerlendirmesi - Avon International

GlobeScan, 2022 yılında Natura &Co genelinde Holding düzeyinde bir değerlendirmenin parçası olarak Avon International için bir öncelik değerlendirmesi gerçekleştirmiştir.

İlişki temelli bir grup olarak yakınlık, katılım ve diyalog gibi kavramlar bizim için sürekli devam eden süreçler. Resmi bir önemlilik değerlendirmesi yapmak, işimiz ve yönetimimiz, toplumlar ve çevre üzerinde en büyük etkiye sahip olan ve paydaşlarımız için en önemli olan konulara öncelik vermemizi sağlıyor.

Bu önceliklendirme değerlendirmesi, Natura &Co ve Avon International'daki dahili sürdürülebilirlik liderleriyle derinlemesine görüşmeleri, yerel ve Global perspektifleri birleştiren dahili ve harici paydaşlar - çalışanlar, tedarikçiler, STK'lar, yatırımcılar, özel sektör ve akademik temsilciler - için çevrimiçi bir anketi içeriyordu. Ayrıca ilk önceliklendirmemizi test etmek ve kaliteli geri bildirim almak için iç ve dış paydaşlarla detaylı görüşmeler gerçekleştirdik.

Öncelikli konularımız, şirket faaliyetlerinin ekonomi, çevre ve insanlar (insan hakları üzerindeki etkiler de dahil olmak üzere) üzerindeki çevresel ve sosyal etkileri ile çevresel ve sosyal konuların finansal performansımız ve şirket değerimiz de dahil olmak üzere iş başarımız üzerindeki etkisi açısından değerlendirilmesiydi.

Bir sonraki sayfada yer alan önceliklendirme tablosu, Avon International değerlendirme sonuçlarını göstermekte olup her bir konunun konumu, paydaşların o konuya olan ilgisinin derecesi ve potansiyel iş etkisi ile ilişkili olarak gösterilmektedir.

İklim Eylem Planı ve döngüsel yaklaşım Avon International için en önemli öncelikler olarak belirlenmiştir; Natura &Co ve kardeş markaları için de benzer bir durum söz konusudur.

Sosyal konular, Avon'un kadınlar için daha iyi bir dünya yaratmaya yardımcı olma temel amacına katkısını göstermesi açısından önemlidir. Bu, güzelliğin demokratikleştirilmesi ve cinsiyet eşitliği ile çeşitlilik ve kapsayıcılığın ele alınmasına ilişkin bir ifadeye dayandırılabilir.

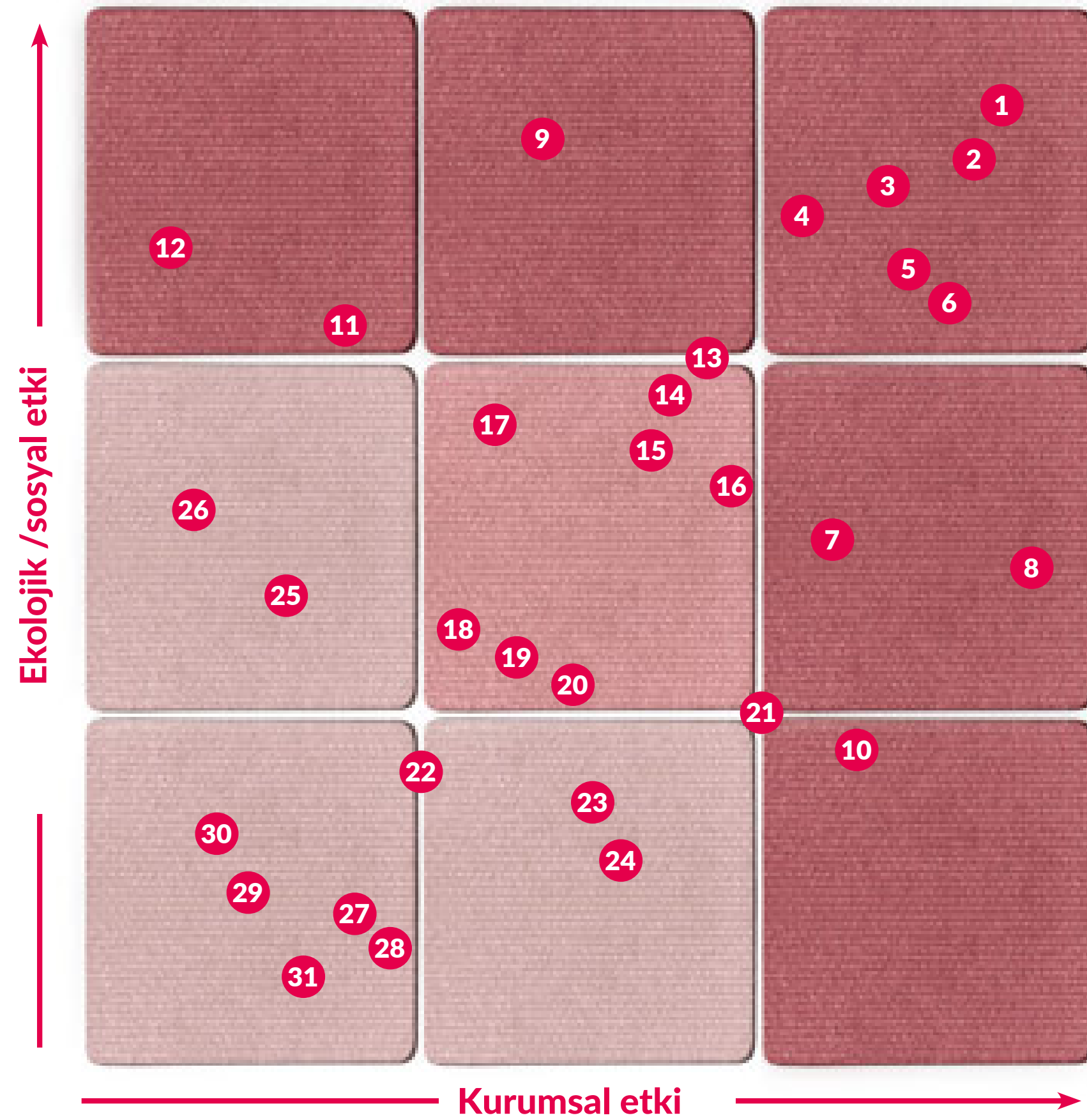
Geçim kaynaklarının iyileştirilmesi, sağlık ve refah ile insan hakları gibi sosyal dönüşüm ve değer yaratım konuları yüksek etkiye sahiptir ve şirket için hem dahili hem de harici olarak kilit bir rol oynamaktadır.

“ Avon'un iş modeli kadınları farklı bir şekilde etkin kılma gücüne sahip.”

Harici paydaş



## Avon International'ın öncelik verdiği genel hususlar



### İklim

1. İklim Eylem Planı

### Sosyal dönüşüm

4. Geçim kaynaklarının güçlendirilmesi
5. İnsan Hakları: (şirket içi ve tedarik zincirinde)

### Ekolojik Dönüşüm

15. Biyoçeşitlilik
16. Doğanın yenilenmesi/doğal kaynak yönetimi/ arazi kullanımı
21. Orman tahribatı (Zincir boyunca etkisi)

### Döngüsellik

2. Döngüsellik/paketleme (geri dönüşüm ve alternatif kaynak kullanımı)
6. Su yönetimi
8. Ürün tasarımı ve kullanım ömrü yönetimi (karbon ayak izi dahil)
22. Tek kullanımlık plastik
23. İnovasyon (tüm iş alanlarında)

### Sosyal Etki

3. Çalışan sağlığı ve refahı
11. Toplumsal sağlık ve refah
14. Cinsiyet eşitliği
17. Çeşitlilik ve kapsayıcılık

### Diğer Öncelikler

7. Ürün kalitesi ve güvenliği (geri toplama yönetimi dahil)
9. Atık ve atık su yönetimi (ambalajlama hariç)
10. Etik ve güvenilirlik (rüşvet ve yolsuzlukla mücadele dahil)
12. Jeopolitik etkiler (çatışmaların sosyoekonomik etkileri)
13. Sürdürülebilir tedarik (bileşen yönetimi)
19. Çalışan eğitimi ve gelişimi
18. Müşteri memnuniyeti (şeffaflık)
20. Yönetim ve sorumluluk
24. Veri güvenliği ve gizlilik
25. STK'larla işbirliği ve paydaşlarla etkileşim
26. Sürdürülebilirlik alanında kamu politikası desteği
27. Vergi şeffaflığı ve ekonomik katılım payı
28. Hayvan hakları (hayvan deneyleri dahil)
29. Bulaşıcı hastalık yönetimi
30. Tüketicilerin sürdürülebilir yaşam tarzlarına dahil edilmesi
31. Sorumlu pazarlama ve reklamcılık

# Yaşam Taahhüdü:

## Avon International'ın<sup>6</sup> bugüne kadarki ilerlemesi

Dünyanın en acil ve önemli sorunlarından bazılarını ele almayı amaçlayan sürdürülebilirlik vizyonumuz Commitment to Life'in lansmanından iki yıl sonra, hedeflerimizden bazılarını ulaşma yolunda ilerleme kaydediyoruz.

İşte Avon International'ın ilerlemesine ilişkin bir güncelleme. Hedeflerden bazıları Holding düzeyinde ele alındığından, bunlar için Natura &Co Holdings raporuna bir bağlantı ekledik.

9 hedef	Hedef no.	31 ölçüm & hedefler	Hedeflenen zaman aralığı	Avon International 2022 Güncellemesi
Net sıfır sera gazı (GHG) salınımı	1	BM'nin net sıfır olma taahhüdünden 20 yıl önce net sıfır görmek	2030	Toplam sera gazı emisyonlarımız 2021 yılı için müşteri kullanım aşaması dahil olmaksızın 635.542 ton karbondioksit eşdeğeri (tCO <sub>2</sub> eq) ve kullanım aşaması dahil olmak üzere 2.219 milyon tCO <sub>2</sub> eq olarak hesaplanmıştır (her ikisi de piyasa bazlı rakamlardır). <sup>7</sup>
	2	Tüm şirketler için Science Based Targets Initiative (SBTi), kapsam 1, 2 ve 3	2022	Holding olarak SBTi'ye Bilim Temelli Hedefimizi sunduk ve sunumun doğrulanması sürecindeyiz. Doğrulamanın ardından, Küresel ısınmanın sanayi öncesi seviyelerin 1,5°C üzerinde sınırlandırılması doğrultusunda emisyonlarımızı azaltmaya yönelik bir yol izleyeceğiz.
Amazon'u Korumak	3	Ormanların korunması üzerindeki etkimizi 1,8 milyon hektardan 3 milyon hektara çıkarmak	2030	<a href="#">Holding raporuna bakınız</a>
	4	Ormanların korunması üzerindeki etkimizi 33'ten 40 bölgeye genişletmek	2030	
	5	Gelir akışlarını 55 biyolojik içerikle artırmak (38'den)	2030	
	6	Kamu ile en az 60 milyon R\$ değer paylaşımı (33 milyon R\$'dan)	2030	
	7	2025'e kadar sıfır ormansızlaşmaya yönelik kolektif çabaları teşvik etmek	2025	
Biyçeşitlilik	8	Ortaklıklar ağı ( Ethical Biotrade Union, Science Based Targets Network, Business for Nature, World Economic Forum) ile hedeflerin belirlenmesine yardımcı olmak	2025	<a href="#">Holding raporuna bakınız</a>
	9	BM Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (CBD)/ Nagoya Protokolü uyarınca Natura'nın 16 yıllık katılım ve fayda paylaşımı (ABS) ödemesini 2025 yılına kadar tüm gruba genişletmek	2025	<a href="#">Holding raporuna bakınız</a>

<sup>6</sup> Bu rapor, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'daki faaliyetlerimizi kapsayan Avon International'a odaklanmaktadır. Doğu ve Afrika ve Asya Pasifik. Natura &Co Latin Amerika, Avon'un Latin Amerika'daki faaliyetlerini raporlamaktadır.

<sup>7</sup> 2022 sonuçları halen doğrulanmaktadır ve 2023'ün ilerleyen dönemlerinde güncellenecektir.





9 Hedef	Hedef no.	31 Ölçüm& Hedefler	Hedeflenen Zaman Aralığı	Avon International 2022 Güncellemesi	
Çalışanlarımız	10	Cinsiyet dengesi: 2023'e kadar yönetim kurulunda/üst düzey ekipte %50 kadın çalışan.	2023	51.70%	
	11	Eşit ücret, 2023 yılına kadar cinsiyetler arası farkın kapatılması <sup>8</sup>	2023	-0.79%	
	12 <sup>9</sup>	Az temsil edilen grupların yönetime %30 oranında dahil edilmesi için çalışmak		2030	Hedefimiz, iş gücümüz için faaliyet gösterdiğimiz toplumlara yansımaktır. Büyük ve Global bir kuruluş olarak bu, hassas kişisel verilerin veri koruma yasalarına ve tüm yargı alanlarındaki anonimlik gerekliliklerine uygun olarak toplanmasını gerektirdiğinden kolay bir iş değil. Bununla birlikte, ilerleme kaydetmeye kararlıyız ve bu alandaki hedeflerimize yönelik ilerlemeyi takip edebilmemiz için ilk küresel çeşitlilik ve kapsayıcılık çalışmamızı yürütmek üzere dış uzmanlarla ortaklık kurduk.
		Çeşitlilik ve kapsayıcılık anketi global ortalama yanıt oranı			33%
		Toplam yanıt verenler (cinsel yönelim)			1,370
		Cinsel yönelim - kendini eşcinsel; biseksüel; queer; aseksüel; lezbiyen; panseksüel ve diğer olarak tanımlama			11.40%
		Toplam katılımcılar (engelliler)			1,428
	Engellilik - fiziksel, bilişsel, duyuşsal veya başka bir engelle sahip olmak		3.00%		
	13	2023'e kadar herkes için asgari geçim ücreti (veya üzeri) <sup>10</sup>		2023	%100 (bir yetişkinin yaşam masrafları) %100 (iki yetişkin ve iki çocuğun yaşam masrafları)

<sup>8</sup> Metodolojimiz Mercer'ın global ücret eşitliği yaklaşımı ile uyumludur ve cinsiyete dayalı ücret farkı olmaması için referans %1'in altındadır.

<sup>9</sup> Çalışanların demografik veri paylaşımı uygulamasına katılımı gönüllülük esasına dayanmaktadır. Katılımcı çalışanlar soruların tamamını veya sadece bir kısmını yanıtlama seçeneğine sahiptir.

<sup>10</sup> Evrensel standart bir geçim ücreti yoktur ve bu konuda belirli bir sözleşme veya bağlayıcı bir uluslararası yasa bulunmamaktadır. Geçim ücretinin belirlendiği seviye, ülkeler arasında ve hatta ülkeler içinde değişen oranlarla, hem zaman hem de mekan açısından oldukça bağlam odaklıdır. Amacımız, aşağıdakileri (azalan sırayla) temel olarak mevcut olan yerlerde tanınan/kabul edilen yaşama ücretine ulaşmaktır: Fair Wage Network; hükümet oranları/yerel yaşam ücreti oranları; Wage Indicator Foundation. Bu veriler üçüncü taraf çalışanları değil, yalnızca 'aktif çalışan nüfusumuzu' dikkate almaktadır.



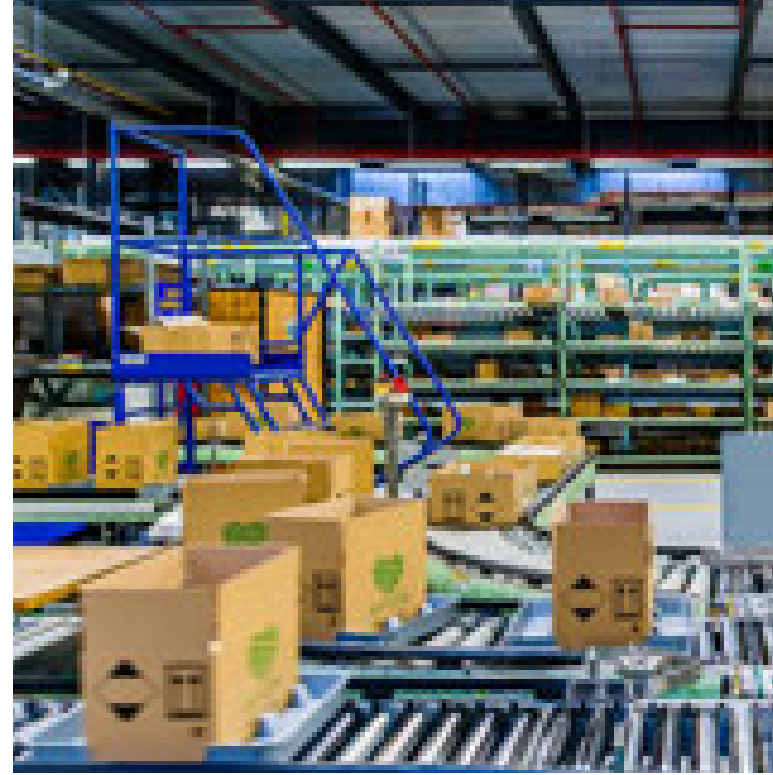
9 Hedef	Hedef no.	31 Ölçüm & Hedefler	Hedeflenen Zaman Aralığı	Avon International 2022 Güncellemesi
Geniş kapsamlı çalışma ağımız	14	Danışmanlar/temsilciler ve tedarikçi toplulukların kazançları, eğitim, sağlık ve dijital katılımları için ölçülebilir kazanımlar	2030	2022 yılında üçüncü taraf değerlendirme metodolojisi kullanılarak gerçekleştirilen bir pilot proje, Temsilcilerimizin gelirlerinin yarattığı olumlu sosyal etkiyi ortaya koymuştur. 1992 yılından bu yana Avon, dünya çapında 16,6 milyon kadın için meme taraması finansmanını desteklemiştir. 2022 yılında kampanyalarımız 351.483 kadını eğitti veya destekledi, 59.717 kadının ücretsiz meme taramalarına erişmesini sağladı.
	15	Temel amaçlara yönelik yatırımların artırılması (özellikle toplumsal, meme kanseri farkındalığı, aile içi şiddet ve eğitim)	2030	Avon, 2022 yılında temel amaçlara yönelik kampanyalara 10,1 milyon ABD doları bağışta bulunmuştur (2021'e kıyasla yüzde 2 puan artış). Meme kanseri farkındalık kampanyalarına 5 milyon ABD doları, cinsiyete dayalı şiddeti sona erdirmeye yönelik kampanyalarına 4 milyon ABD doları ve başta Ukraynalı mültecilere bağışlanan ürünler olmak üzere diğer amaçlara 1,1 milyon ABD doları bağış yapılmıştır.
	16	Doğrudan satışın geleceğine yönelik güvenilir modelimizi tanıtmak	2030	Avon, özellikle Avrupa DSA Seldia dahil olmak üzere Doğrudan Satış Derneklerinin (DSA'lar) üyeleri olarak doğrudan satışın geleceğini desteklemektedir. Natura &Co'nun bir parçası olarak Dünya Doğrudan Satış Federasyonu'nda (WFDSA), özellikle de doğrudan satışın dünyadaki en sosyal sorumluluk sahibi sektörlerden biri olarak tanınmasını sağlamak için WFDSA'nın ve DSA'ların kendi kendini düzenleme standartlarını yükseltmeyi ve denetim ve uygulama mekanizmalarını geliştirmeyi amaçlayan Etik Komitesi'nde aktif bir rol oynuyoruz.



9 Hedef	Hedef no.	31 Ölçüm& Hedefler	Hedeflenen Zaman Aralığı	Avon International 2022 Güncellemesi
İnsan Hakları	17	2025'e kadar tam sertifikasyon - palm yağı	2025	Takip edilebilirlik ( fabrikalar) (%91,7) Sertifikasyon (%57,5)
	18	2025'e kadar tam takip edilebilirlik - mika <sup>11</sup>	2025	Takip edilebilirlik (100%)
	19	2025'e kadar tam sertifikasyon - kağıt	2025	Sertifikasyon (76.8%)
	20	2025'e kadar tam sertifikasyon - alkol	2025	Takip edilebilirlik (100%) Sertifikasyon (0%)
	21	2025'e kadar tam sertifikasyon - soya	2025	Takip edilebilirlik (92.0%) Sertifikasyon (0%)
	22	2025'e kadar tam sertifikasyon - pamuk	2025	Takip edilebilirlik (98.2%) Sertifikasyon (0%)
	23	2023'e kadar BM Rehber İlkeleri doğrultusunda sağlam bir insan hakları politikası benimsemek	2023	Yönetim Kurulu, Aralık 2021'de Natura &Co İnsan Hakları beyanını onayladı. 2022 yılında bu politikayı kuruluş genelinde uygulamaya başladık. Yönetim ve sorumluluk süreçlerimizi 2023 yılında güncellemek üzere haritalandırdık. Ayrıca insan hakları risklerini değerlendirmek için mevcut yöntemlerimizi analiz ettik ve sahip olduğumuz risklerin profilini dahili olarak yükselttik. Artık daha iyi iç risk değerlendirmeleri oluşturmak ve insan haklarını daha iyi ele alabilmek için önerilen eylemlerin önceliklendirilmiş bir listesine sahibiz.



<sup>11</sup> Şu anda mika için küresel bir sertifikasyon standardı mevcut değildir.



9 Hedef	Hedef no.	31 Ölçüm & Hedefler	Hedeflenen Zaman Aralığı	Avon International 2022 Güncellemesi
Paketleme döngüsü	24	20% (veya daha fazla) daha az ambalaj malzemesi (ağırlık olarak)	2030	5.20%
	25	Kullanılan tüm plastiğin %50'si geri dönüştürülmüş içeriğe sahip olmalıdır (ağırlık olarak)	2030	0.60%
	26	Tüm ambalaj malzemelerinin %100'ü: yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir veya kompostlanabilir olmalıdır	2030	79.70%
	27	Geri dönüşüm altyapısının mevcut olmadığı yerlerde %100 sorumlu imhaya ulaşmak için 'toplama ve yeniden kullanım' programları aracılığıyla dengeleme	2030	Avon International'da bir ambalaj toplama programı vardır Filipinler'de ve Birleşik Krallık'ta bir geri toplama programını deniyoruz. 2022 yılında yeniden dolular, konsantreler ve geri toplama planları hakkında bilgi ve geri bildirim almak için tüketici ve Temsilci araştırmaları gerçekleştirdik.
İçerik Döngüsü	28	95%+ yenilenebilir veya doğal içerikler	2030	
	29	95%+ biyolojik olarak parçalanabilir formüller	2030	91.70%
	30	Yeni formüllerin %100'ü yaşam döngüsü analizi (LCA) ile ölçülen daha düşük seviyede çevresel ayak izine sahip olmak	2030	Natura &Co LCA Eko-Tasarım Aracı, 2022 yılında geliştirilmesini tamamlayarak, en son LCA metodolojisi ve verilerine dayalı olarak formülasyonların ekolojik ayak izlerinin ölçülmesine olanak sağlamıştır. Aracın formülasyonlarımızın gerçek etkisini başarılı bir şekilde ölçmesini sağlamak için ince ayarların yapılabilmesi amacıyla 2023 yılında bir pilot test ve değerlendirme aşaması planlanmaktadır.
Yenileme	31	Biyoteknoloji gibi yenilenebilir çözümler geliştirmek için 100 milyon ABD Doları (veya daha fazla) yatırım yapmak. Örneğin; atıklardan bileşenlere, plastıklere vb.	2030	<a href="#">Holding raporuna bakınız</a>

# Karbon ayak izi verileri:

## Avon International'ın kapsam 1, 2 ve 3 sera gazı emisyonları

Karbon ayak izi verilerimiz 'kapsam 1 ve 2' sera gazı emisyonlarımızı (doğrudan faaliyetlerimizden ve enerji kullanımımızdan kaynaklananlar) ve 'kapsam 3' emisyonlarımızı (tedarik zincirimizde üretilenler gibi faaliyetlerimizle ilişkili dolaylı emisyonlar) içermektedir.

Emisyonlardaki önemli düşüşler daha düşük üretim seviyelerine bağlanabilir. Tüm değerler ton karbondioksit eşdeğeri (TCO<sup>2e</sup>) cinsinden ölçülmüştür. 2022 verileri, kalite güvence sürecinin ardından bu yıl içinde yayınlanacaktır.

Category	2020	2021	2020 taban değerine göre emisyonlardaki % değişimi
<b>Kapsam 1</b>	<b>17,213</b>	<b>14,515</b>	<b>-15.7%</b>
<b>Kapsam 2 - konum bazlı</b>	<b>35,154</b>	<b>31,420</b>	<b>-10.6%</b>
<b>Kapsam 2 - pazar bazlı<sup>12</sup></b>	<b>10,982</b>	<b>34,723</b>	<b>216.2%</b>
<b>Kapsam 3 kategoriler:</b>			
1a: Satın alınan mal ve hizmetler (ürün)	339,723	316,157	-6.9%
1b: Satın alınan mal ve hizmetler (ürün dışı)	81,077	51,735	-36.2%
2: Sermaye malları	889	1,042	17.2%
3: Yakıt ve enerjiyle ilgili faaliyetler	11,399	12,645	10.9%
4: Yukarı yönlü iletim ve dağıtım	69,911	67,074	-4.1%
5: Operasyonlarda ortaya çıkan atıklar	334	358	7.2%
6: İş seyahatleri	7,750	5,126	-33.9%
7: Çalışanların işe gidiş gelişleri	5,763	4,689	-18.6%
8: Yukarı yönlü kiralanan araçlar	N/A	N/A	N/A
9: Aşağı yönlü taşıma ve dağıtım	45,307	36,387	-19.7%
10: Satılan ürünlerin işlenmesi	N/A	N/A	N/A
11a: Satılan ürünlerin kullanımı (doğrudan)	17,118	13,302	-22.3%
11b: Satılan ürünlerin kullanımı (dolaylı)	1,681,645	1,587,341	-5.6%
12: Satılan ürünlerin kullanım ömrünün sona ermesi	78,287	69,984	-10.6%
13: Aşağı yönlü kiralanan araçlar	açıklanmadı	açıklanmadı	açıklanmadı
14: Bayilikler	5,689	7,805	37.2%
15. Yatırımlar	N/A	N/A	N/A
<b>TOTAL kapsam 3 (excl 11b)</b>	<b>663,247</b>	<b>586,304</b>	<b>-11.6%</b>
<b>TOTAL kapsam 3</b>	<b>2,344,892</b>	<b>2,173,645</b>	<b>-7.3%</b>
<b>TOTAL (konum bazlı , 11b dışında)</b>	<b>715,614</b>	<b>632,239</b>	<b>-11.7%</b>
<b>TOTAL (konum bazlı)</b>	<b>2,397,259</b>	<b>2,219,580</b>	<b>-7.4%</b>
<b>TOTAL (pazar bazlı - 11b dışında)</b>	<b>691,442</b>	<b>635,542</b>	<b>-8.1%</b>
<b>TOTAL (pazar bazlı)</b>	<b>2,373,087</b>	<b>2,222,883</b>	<b>-6.3%</b>

<sup>12</sup> 2021'de Renewable Energy Guarantees of Origin (REGO) sertifikalarının tedarik edilmemesi nedeniyle piyasa bazlı emisyonlar önemli ölçüde artmıştır.

Bunun yerine fonları şirket içi karbon azaltma girişimlerine yatırım yapmak için kullanıyoruz.

<sup>13</sup> Üretim ekipmanı gibi büyük mallara yapılan yatırımlar nedeniyle sermaye mallarıyla ilişkili emisyonların yıldan yıla dalgalanması beklenmektedir.

<sup>14</sup> Franchise emisyonları, franchise mağaza sayısındaki artış nedeniyle artmıştır.

AVON

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



Kadınlar için daha iyi bir dünya, herkes için daha iyi bir dünya!