

MAYBELLINE  
NEW YORK

2022  
IMPACT  
REPORT



# MAKING AN *IMPACT*

## MAKING IMPACT AT MAYBELLINE NEW YORK

- 02 Who we are
- 02 About this report
- 02 Our progress
- 03 Mission and approach
- 04 Our priorities
- 05 Brave Together
- 08 Conscious Together

## WHO WE ARE

Maybelline New York是全球領先的化妝品品牌，隸屬於L'Oréal Groupe旗下，產品遍及超過120個國家。透過結合先進科技的配方、時尚專業知識和紐約風格，我們的使命是為所有人提供高效和創新的化妝品。

在2020年，我們推出了名為「Brave Together」的長期計劃，致力於消除圍繞精神健康的對話中的社會污名，並資助由非營利機構領導的精神健康倡議項目。通過該計劃，我們承諾捐贈1000萬美元用於身心健康事業，目標在2025年前提供三百萬人獲得重要的一對一關懷與協助。

## ABOUT THIS REPORT

歡迎閱讀我們的首份影響報告。作為全球領先的化妝品品牌，我們很高興分享我們正在採取的行動，以建立更為負責任的商業模式，實現積極變革，並推動全球影響。這份報告的目的是提供關於我們所能達成的事項、我們所面臨的挑戰以及我們將如何對自己負責的可見性。在接下來的頁面中，我們將分享過去一年的進展。除非另有備註，本報告中包含的數據和倡議是從2022年1月至12月。

## ASSURANCE

Deloitte對這個勾選符號「✓」所標示的指標提供一定程度的保證，並對「Brave Together」和「Takeback」計劃進行了質性審查。✓

# OUR PROGRESS



2022 成果

750K

自該計劃以來，已經透過面對面關懷而受到幫助的人數

2025 目標

3M

透過面對面關懷的目標人數

\$3.3M

自該計劃以來捐贈的金額

\$10M

捐贈給身心健康相關非政府組織的金額



2022 成果

100%

新產品或重新設計的產品中，透過環保設計的比重\* ✓

32%

產品成分中，是基於生質材料，來自充分的礦物或回收過程 ✓

2030 目標

100%

每年的新產品或重新設計的產品中，是透過環保設計的\*

95%

L'Oréal Groupe的產品成分基於生質材料，來自充分的礦物或回收過程\*\*

改進的產品包括具有新的或翻新過的配方和/或包裝的產品（不包括分包和法規發展），並且這些改進有助於其環境。根據SPOT（Sustainable Product Optimization Tool）方法，改進的產品考慮了綠色化學、可再生性、生物降解性、生態毒性、再生材料和生命週期結束等標準，以及對社區的貢獻、信息披露和可及性等，來評估其在環境或社會影響方面的表現。到2030年，Maybelline New York的成分中，將有65%符合L'Oréal Groupe的目標。

# MISSION AND **APPROACH**



## LETTER FROM OUR GLOBAL BRAND PRESIDENT, **TRISHA AYYAGARI**

Maybelline New York 渴望成為一個具正面的全球影響力以及標誌性化妝品而聞名的品牌。我們很高興分享我們的首份影響報告，這是一份總結，展示我們如何致力於創造有意義的變革，尤其關注兩個關鍵領域。

首先，我們努力改善有關心理健康的對話，並推動其重要性，實施多項倡議來開啟對話，消除對焦慮和抑鬱等精神健康問題的負面印象，尤其是在年輕一代中。

其次，作為全球領導的化妝品牌，我們知道我們採取的行動和進行的運營能對全球產生重大影響。這就是為什麼我們致力於為更美好的未來做出貢獻，轉變我們的商業模式以實現更可持續的發展，在產品和流程中推動並選擇更負責任的做法。

我們感謝我們的公司所有相關夥伴和消費者，在我們努力成為更好品牌的過程中給予我們監督。透過這份報告，我們承諾透明度，並分享我們的發展。雖然我們知道我們的旅程才剛開始，但我們對未來的行動充滿了信心。

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Trisha Ayyagari'.

**Trisha Ayyagari**  
Global Brand President



# OUR PRIORITIES

消費者對於購物決策變得更加的有意識，越來越傾向於選擇與他們價值觀一致或願意發揮品牌影響力的公司。在化妝品領域，消費者的意向不僅僅是為了好看，還包括支持注重環境和社會影響力的品牌。Maybelline New York 希望成為消費者可以依賴的品牌，創造的化妝品不僅是有助於人們感覺良好，而且致力於打造一個更美好的世界。

Maybelline New York 以成為 L'Oréal Groupe 的品牌為榮，直接參與其全球可持續發展和企業社會責任戰略“L'Oréal for the Future”。這個戰略以人和地球為核心，考慮到迫切的社會和環境需求。

為了支持 L'Oréal 的使命，我們制定了自己的 2030 年目標。

## MAYBELLINE NEW YORK MAKEUP MAKE CHANGE

我們評估了如何幫助我們的消費者和全球社區推動積極變革。為此，我們制定了兩個關注心理健康和可持續性的關鍵計劃——這是我們認為能夠產生影響的重要領域。

我們的計劃旨在實現進步——無論是在公司層面還是對整個行業而言。我們明白變革是一個旅程，但我們承諾並渴望加速改變，成為一個更具自覺的品牌。

### BRAVE TOGETHER

我們知道焦慮和抑鬱是普遍存在的問題，可能是自信心的主要障礙。這就是為什麼我們啟動了 Brave Together 計劃，以發揮 Maybelline New York 強大的全球影響力，改善獲取心理健康資源的困難度。這個計劃的動力來自我們的信念，即身心的健康對於人們在世界上留下自己的印記非常重要。

### CONSCIOUS TOGETHER

十多年來，我們一直致力於減少對環境的影響。我們的「Conscious Together」計劃提出了一套針對 2030 年的積極目標，涉及包裝、生產、配方和回收，透過一步步改善產品和流程，我們變得更加具有團體意識，對我們的星球更有責任感和負起責任。

# BRAVE TOGETHER

## OUR COMMITMENT TO MENTAL HEALTH

我們的Brave Together計畫是為了在全球範圍內幫助消除對焦慮和抑鬱的負面印象，與世界各地的心理健康非營利機構合作，對所有有需要的人提供面對面的幫助。

有四分之一的人受到焦慮或抑鬱的困擾。透過Brave Together，全球各地的人都可以進入一個線上社區，其中包含他們自己心理健康旅程中的啟發和故事，以及心理健康專家的建議和資源。

在Brave Together運作的每個國家地區，我們都與當地的非政府組織（NGOs）密切合作。

我們致力於身心健康的關懷。我們的非政府組織（NGO）合作夥伴，不僅幫助我們了解當地的焦慮和抑鬱狀況，還協助提供關鍵的一對一關懷。

"Maybelline堅信在生活中實踐目標的力量，而心理健康對於幫助實踐目標是至關重要的要素。我們希望利用我們的全球聲量來消除有關心理健康對話的負面印象，並讓有需要的人更容易獲得關懷的幫助。"

**Trisha Ayyagari**  
Global Brand President,  
Maybelline New York

<sup>1</sup> World Health Organization and the UN.





## OUR GOALS

Brave Together致力於在2025年之前為三百萬人提供1對1的專業關懷服務，並捐贈1,000萬美元給心理健康相關項目。我們與當地的非政府組織緊密合作，通過專線和簡訊，使急需心理健康資源的人能夠獲得關鍵支持。自計劃啟動以來，我們已經在約26個國家服務超過75萬人，並向相關事業捐贈了330萬美元。鑑於我們迄今的進展，我們樂觀地認為我們將能夠在2023年底達到三百萬人（我們的2025年目標），並在2025年底將我們的服務範圍擴展到全球38個國家。

Brave Together目前在約26個國家運作：美國、英國、加拿大、日本、德國、義大利、西班牙、法國、阿根廷、墨西哥、印度、丹麥、羅馬尼亞、塞爾維亞、以色列、瑞典、澳大利亞、紐西蘭、奧地利、挪威、南非、希臘、韓國、芬蘭、印尼和智利。

### CREATING A CULTURE OF CARING

我們希望在世界各地上幫助每一個需要幫助的人，勇敢地面對他們的世界。Brave Together提供重要的1對1關懷、一個線上教育中心以及各種節目，來幫助消除有關心理健康的對話的負面印象。

## TALKING ABOUT MENTAL HEALTH IN THE U.S.

作為Brave Together的一部分，我們推出了我們自家的Podcast節目《I'm Fine, You?》。這個節目不僅旨在使談論焦慮和抑鬱變得健康正常，而且還希望能觸及新的受眾，提供免費工具和資源來幫助。在剛推出時，這個節目在Apple Podcast的心理健康類別中排名前1%，到2022年底時，已經有超過56,000次下載，並且有著69%的聆聽率。

由時尚和社交媒體專家Chrissy Rutherford主持的這個節目請來了一些有影響力的嘉賓，包括奧運金牌得主、TikTok明星和心理健康專家——他們都被邀請來盡情發表他們的經歷，並宣傳免費、保密的1對1心理健康關懷資源。這個節目通過真實對話傳達了Maybelline New York消除焦慮和抑鬱污名的價值觀。

對於每一集，Maybelline New York都會向美國的身心健康組織捐款，如The Trevor Project、National Alliance on Mental Illness (NAMI) 和The Loveland Foundation等，以最大程度地幫助實現Podcast對積極行動的影響能力。我們在2023年會繼續這個旅程，推出了第二季的節目，每週更加頻繁地推出新的集數。

## BRAVE TALK

與非政府組織密切合作，我們了解到超過60%的大學學生在應對焦慮或抑鬱時會向同伴尋求幫助。因此，我們開發了Brave Talk——一個培訓工具，賦予任何人幫助朋友提供關懷的能力。Brave Talk是我們在消除心理健康問題污名的追求中的一個重要行動，尤其是在學生之間。

與The Jed Foundation的臨床專家合作，Brave Talk是一個免費的90分鐘情境培訓，旨在給予學生處理彼此難以啟齒的心理健康對話的工具和信心。這項培訓教導人們如何識別有困擾的人，如何關懷他們，以及如何幫助他們聯繫專業的幫助。

我們在紐約市的大學進行了Brave Talk的測試項目，更廣泛的目標是在2023年底之前向美國的200所學校提供免費培訓。到目前為止，已有超過1,000名學生接受了培訓。Brave Talk還將提供給與Maybelline New York合作的零售商和L'Oréal全球員工。

**"讓關懷的資源開放給大學生使用比過去的任何時間都更加重要，我們很自豪持續地與Maybelline New York合作，並感謝他們致力於消除心理醫療訪談方面的障礙。"**

**John MacPhee**  
CEO, The JED Foundation

## EXPANDING REACH THROUGH PARTNERSHIPS

我們與美國各地的合作夥伴合作，為有需要的人提供心理健康資源。

我們的合作夥伴包含：



The Jed Foundation

位於美國，主要在保護青少年和年輕人情感健康並預防自殺的非政府組織。

CRISIS TEXT LINE |

全球性的非營利組織，通過文字訊息提供免費的心理健康簡信服務，並提供保密的危機處理與關懷。



全球最大的針對女同性戀、男同性戀、雙性戀、跨性別、酷兒和質疑 (LGBTQ) 年輕人的自殺防治和心理健康組織。



全國性的心理健康組織，提供教育計劃並為受精神疾病影響的個人和家庭進行開導。

我們也很榮幸地與全球合作夥伴合作，使我們的影響力得以進一步擴大。到目前為止，通過與Crisis Text Line和The JED Foundation的合作，我們已經透過熱線幫助超過75萬人，並向26個國家的地方非政府組織捐贈超過330萬美元，讓關懷服務更廣泛地使用。

## OFFERING PROFESSIONAL SUPPORT IN MEXICO

墨西哥是經濟合作與發展組織 (OECD) 中焦慮和抑鬱水平最高的國家，有26.7%的墨西哥人曾在某個時刻患有抑鬱，而在65歲之前有20%的人患有焦慮或抑鬱。通過Brave Together，我們與當地的非政府組織Fundación Origen合作，該組織提供了一個由專業心理學家提供心理健康支持的免費熱線。

我們展開了一場有針對性的社交媒體宣傳活動，展示真實人們分享他們的心理健康經歷，目標是減少有關焦慮和抑鬱的負面印象，並提高人們對墨西哥當地關懷資源的認識。

在這個合作啟動後的短短兩個月內 (2022年11月至12月)，有超過2,000人致電了Fundación Origen的熱線或傳送了即時聊天訊息。



## WORKING TOWARD EQUALIZING ACCESS TO MENTAL HEALTH SUPPORT IN INDIA

在印度，有超過42%的成年人面對著焦慮或抑鬱，而該國15到24歲的14%的人報告感到抑鬱。然而，每10萬人口僅有0.755名精神科醫生。

我們與印度的當地非政府組織Sangath和Mindclan合作，展開了一場數位宣傳活動，提高心理健康能見度。通過與170名社交媒體網紅合作，我們成功地觸及了超過2600萬人，以推廣可用的心理健康資源。我們還與Sangath合作，通過熱線提供全天24小時的輔導關懷，舉辦工作坊、座談會、活動，並為所有位於印度的Maybelline New York員工提供資源和培訓。

到2023年底，100%的Maybelline New York印度員工將接受心理健康培訓。到2025年，我們將捐贈3500萬盧比 (50萬美元) 並通過1對1的關懷接觸20萬人。

<sup>2</sup> Health at a Glance: OECD Indicators.

<sup>3</sup> The Diplomat: How Committed Is India to Mental Health?

<sup>4</sup> UNICEF: The mental health impact of COVID-19 in children and young people.

<sup>5</sup> NCBI: Mental Healthcare Act 2017: Need to Wait and Watch.

# CONSCIOUS TOGETHER

## OUR COMMITMENT TO SUSTAINABILITY

Maybelline New York的所有員工都希望在美妝產業中取得進展，作出正向的改變。我們知道邁向正向的未來必須是全體一起努力。我們檢視了Maybelline New York可以改善其環境影響的主要領域，設定了具體的目標，以加速品牌的可持續性轉型。

這就是為什麼我們推出了Conscious Together計劃，這是一個旨在創建更加負責任的商業模式的計劃，關注我們對地球的影響。為了實現這一目標，我們採取一系列的行動，不管是重新設計產品，或創新更可持續的包裝解決方案，讓我們邁向的一個更有環保意識的企業。

## ASSESSING THE IMPACT OF OUR PRODUCTS

Maybelline New York致力於美妝產業，但我們也知道在可持續性方面，改變不僅僅是在表面而已。儘管我們迄今為止取得不小的成果，但我們也知道未來仍需更努力。

在推出新產品和重新設計現有產品時，我們同時審視我們的產品配方，以提供對地球影響較小的作法。到2030年，我們的目標是為了實現集團95%的成分採用生質材料，來自豐富礦物或循環過程的目標。這意味著增加我們對可再生或再生成分的依賴，減少對自然資源的影響。

在幕後，我們的生產過程。使用50%的可再生能源為自有生產設施提供電力，我們也設定目標，以在2025年之前實現所有自有生產Maybelline New York產品的地點100%的使用可再生能源。

## MAYBELLINE NEW YORK KEY PERFORMANCE INDICATORS

## 2022 PROGRESS



到2030年，所有的塑膠包裝將由100%回收塑膠製成。

**3.5%**

的包裝使用了100%回收塑膠 ✓



到2025年，所有我們自有進行生產Maybelline New York產品的工廠將使用100%可再生能源。

**50%**

的我們自有工廠在生產Maybelline New York產品的過程中使用了100%可再生能源 ✓



到2030年，所有新的或經過重新設計的產品將採用環保設計。

**100%**

所有新的產品或經過重新設計的產品將採用環保設計 ✓



到2030年，Maybelline New York將增加對L'Oréal Groupe目標的貢獻，即其95%的成分將是生質的，來自充分的礦物和循環過程。

**32%**

的成分是生質材料，來自充分的礦物或循環過程 ✓



擴大全球回收計劃。

**50 TONS**

的空產品完成回收，透過七個國家3200個地點

\*\* By 2030, 65% of Maybelline New York's ingredients will contribute to L'Oréal Groupe's goals.

<sup>6</sup> Bio-based ingredients come from renewable sources such as plant materials. We are working with our Research & Innovation teams to leverage the power of Green Science for the formulation of high-performing renewable ingredients using more responsible processes (e.g., reduced carbon impact, waste and use of solvents) of transformation, extraction or fermentation. Among the practices of Green Science are the careful cultivation, transformation and formulation of ingredients using practices that help lower the environmental footprint and minimize chemical use.

## RE-EXAMINING OUR PACKAGING

到2030年，我們新推出或重新設計的產品將全部採用生態設計概念，包括包裝在內。這意味著我們將謹慎的考量在整個產品生命週期中對環境的影響，並不斷改善我們的產品。

我們正在改進我們的包裝，確保我們消費者喜愛的產品在包裝時考慮了可持續性。自2018年以來，我們一直在努力減少原始橡膠的使用，用回收塑膠替換了600噸（比自由女神像還要重三倍以上，不包括底座）。為了減少我們包裝的環境足跡，我們使用PCR，即消費後回收塑膠，其碳影響比原始材料低。

### 我們的行動包含：

- 所有粉底的玻璃瓶均使用至少20%的再生塑膠（PCR）材料製成。

- 我們在美國工廠使用50%的回收塑膠來組裝所有給carded products使用的泡殼包裝。

- 我們在全球將Color Sensational Lipstick主包裝的重量減輕了10-14%。

- 我們正在過渡我們的不透明管（如Instant Perfection Matte使用的）以在歐盟和美國使用至少24%的PCR材料製成。

未來，我們將加倍努力，增加回收材料的使用，承諾到2030年將所有塑膠產品包裝都採用回收塑膠製作。



## SUPPORTING RECYCLING CHALLENGES IN SMALL AND RURAL COMMUNITIES ACROSS THE U.S.

這些社區總共有2700萬個家庭，每個家庭每年產生約767磅的回收材料。

僅在一年多的時間裡，Small-Town Access Fund已在八個州啟動了11個項目，並有數個項目計劃在2023年及以後實施。這些項目預計將為超過49,000個家庭提供新的或改進的回收和教育，使估計3,500噸可回收垃圾遠離垃圾填埋場。

Maybelline New York致力於使所有消費者更容易接觸美妝，當我們將努力延伸到產品處理和回收。我們認識到大部分我們的消費者居住和工作的社區中，並沒有回收設施，約4000萬人受影響。

在2022年9月的紐約氣候週期間，L'Oréal USA和Maybelline New York宣布成立支持The Recycling Partnership的Small-Town Access Fund，這是一個旨在支持美國人口不足50,000的小鎮的回收計劃的基金。

**“我們感謝與Maybelline New York的合作，支持小鎮的回收設施，並為整個美國回收系統帶來有意義的變革。無論住在哪裡，讓所有人都能像丟棄東西一樣輕鬆回收是非常重要的。”**

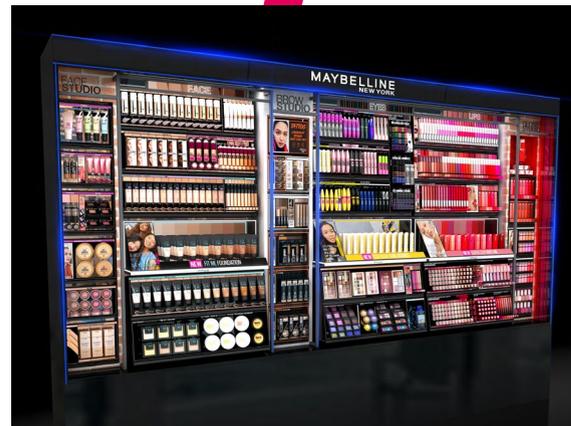
**Cody Marshall**

Chief System Optimization Office, The Recycling Partnership

## THE ECO-DESIGNED MAKEUP WALL

在德國，我們與供應商合作，設計了一個新的Maybelline New York展示櫃，以減少塑膠使用和能源浪費。

到目前為止，我們已經取得了正面的成效，相較於2017年前一代的展示櫃，我們成功將塑膠使用減少了65%，能源消耗減少了32%，碳排放減少了26%。



## ENGAGING CONSCIOUS DISPOSAL

我們致力於幫助顧客和消費者在產品的生命週期結束時妥善地處理產品，投資於回收技術和流程，並在世界各地擴大回收計劃。藉由這些回收服務，消費者可以將空產品退回以進行重複使用和回收，而不是直接送往垃圾填埋場。截至目前，我們已收集了超過50噸的空產品，並在七個國家（英國、法國、加拿大、澳大利亞、香港、台灣和日本）的3,200家零售店啟動了回收計劃。

## RECYCLING PROGRAM IN TAIWAN

Maybelline New York和台灣屈臣氏在部分店鋪設置了回收箱，在全台25個回收箱中收集了超過6,000個產品。這項合作包括用於回收的消費者獎勵計劃，捐款將用於支持RE-THINK，這是一家台灣的非營利環境組織，致力於可持續的培訓計劃。



## EXPANDING RECYCLING ACCESS IN THE UK

我們很自豪地成為英國最大的彩妝回收項目，由於與Tesco、Sainsbury's和Superdrug的持續合作，我們接收市場上所有彩妝品牌回收。目前，我們在1300多個地點設有回收點。

通過這項合作，我們已經收集了超過40噸的彩妝包裝，並在2021年至2022年間不斷擴大計劃的範圍，將展示架數量和彩妝收集量翻倍。我們的目標是盡可能讓人們容易參與，有意識地處理他們的彩妝包裝廢棄物。重點是在盡可能的在英國商店設置彩妝回收點；目前已經在所有現場有販售彩妝的Tesco店鋪設有我們的回收點。我們的目標是確保英國超過75%的人口可以輕鬆使用彩妝回收服務。



我們致力於創造深遠的改變並推動整個行業進步。這就是為什麼我們要執行我們的 **MAKEUP MAKE CHANGE** 平台以及 **BRAVE TOGETHER** and **CONSCIOUS TOGETHER** 計畫。利用我們的全球影響力為客戶和他們的社區帶來積極的改變。在我們遍布全球的心理健康合作夥伴的支持下，我們正在努力消除對焦慮和抑鬱的負面形象，並通過 **BRAVE TOGETHER** 使心理健康的1對1關懷更加容易獲得。而我們的 **CONSCIOUS TOGETHER** 計劃使我們能夠創建一個更負責任的商業模式，其中包括了一系列積極的目標，涵蓋了包裝、生產、配方和處理，我們的目標是在2030年之前實現這些目標。一起努力，我們期望幫助人們感覺最好，使美更有認知。