

# Metodologie oznakowania produktów pod względem ich wpływu na środowisko i społeczności

WERSJA SKRÓCONA

L'ORÉAL

Zgodnie z zobowiązaniem podjętym przez spółkę L'Oréal w 2013 roku, gdy uruchamiała swój program zrównoważonego rozwoju „Dzielenie się pięknem ze wszystkimi” (Sharing Beauty with All), znakowanie produktów pod względem ich wpływu na środowisko i społeczności zostało stworzone i zaprojektowane **w celu informowania konsumentów o oddziaływaniu produktów na te obszary**, by w konsekwencji dać im możliwość dokonywania świadomych wyborów konsumenckich. Znakowanie dokonuje się w oparciu o ocenę kluczowych oddziaływań na środowisko i społeczeństwo przy użyciu metodologii, która służy do zrównoważonej optymalizacji produkcji (Sustainable Product Optimisation – SPOT), którą spółka L'Oréal opracowała **w współpracy z niezależnymi naukowcami i ekspertami**<sup>1</sup> zgodnie z wytycznymi europejskimi w sprawie oznaczania śladu środowiskowego produktu (PEF – Product Environmental Footprint) w celu dokonywania naukowej oceny wpływu produktów. Metodologia ta ma zastosowanie do wszystkich produktów kosmetycznych L'Oréal<sup>2</sup>. Generalnie produkt kosmetyczny składa się z formuły oraz z opakowania. W niektórych przypadkach wraz z kosmetykami mogą być sprzedawane akcesoria, takie jak rękawiczki, grzebień itd. Większość takich akcesoriów jest także poddawana ocenie, za wyjątkiem urządzeń elektronicznych. Opracowane również wytyczne branżowe<sup>3</sup> oraz pewna publikacja naukowa<sup>4</sup> zostały także przyjęte jako podstawa do metodologii oceny środowiskowej SPOT.

Od 2017 roku wszystkie nowe lub ulepszone produkty<sup>5</sup> L'Oréal oceniane są przy pomocy SPOT. Do 2021 roku profil 96% z nich uległ poprawie.

Obliczanie śladu środowiskowego produktów L'Oréal pozwala na dokładne określenie ich oddziaływania na **14 czynników środowiskowych** takich jak emisja gazów cieplarnianych, niedobór wody, zakwaszenie wody oraz bioróżnorodność.

Te oddziaływania mierzone są na każdym etapie **cyklu życia produktu**. Obliczane jest oddziaływanie nie tylko w trakcie **zaopatrzenia, produkcji oraz transportu, lecz także podczas użytkowania oraz pod kątem możliwości recyklingu opakowania**. Przykładowo, w obliczeniach uwzględniana jest woda wykorzystywana w cyklu produkcyjnym, procent pochodzących z recyklingu tworzyw sztucznych używanych do opakowania oraz emisje CO<sub>2</sub> generowane przez podgrzewanie wody w prysznicu.

<sup>1</sup> Ganaël Bascoul, Koen Boone, Anne-Marie Boulay, Andreas Ciroth, Ian Fenn, Dominique Gangneux, Virginie Raison, Sarah Russo Garrido, Tomas Rydberg, Greg Thoma, Alessandra Zamagni.

<sup>2</sup> Produkty kosmetyczne wytwarzane w fabrykach grupy kapitałowej lub nabywane jako produkty gotowe wytwarzane przez podwykonawców. W zakres fabryk L'Oréal wchodzi tylko te obiekty, które pracują w systemie SAP WISE umożliwiającym sprawozdawczość poprzez system komputerowy IDG. Do chwili obecnej poza tym zakresem znajdują się tylko 4 fabryki Grupy (Indie: fabryki Bune oraz Badi; Izrael: fabryka Magdal; Kenia: fabryka Nairobi). Z tego zakresu wyłączone są produkty niepodlegające sprzedaży (tj. próbki, testery oraz produkty jednorazowe), produkty promocyjne oraz marki zakupione po 2013 roku, które jeszcze nie weszły w ekosystem projektowania produktu (np. LOGOCOS, THAYERS, TAKAMI itd.), lub produkty nowo powstałe.

<sup>3</sup> Cosmetics Europe (2017): *Study into the development of Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCR) for Shampoo. Explanatory Document and five reports listed in Annex II of the Explanatory Document* [Studium rozwoju zasad śladu środowiskowego dla kategorii produktów – szampon. Dokument wyjaśniający oraz pięć raportów wymienionych w Załączniku II Dokumentu Wyjaśniającego]

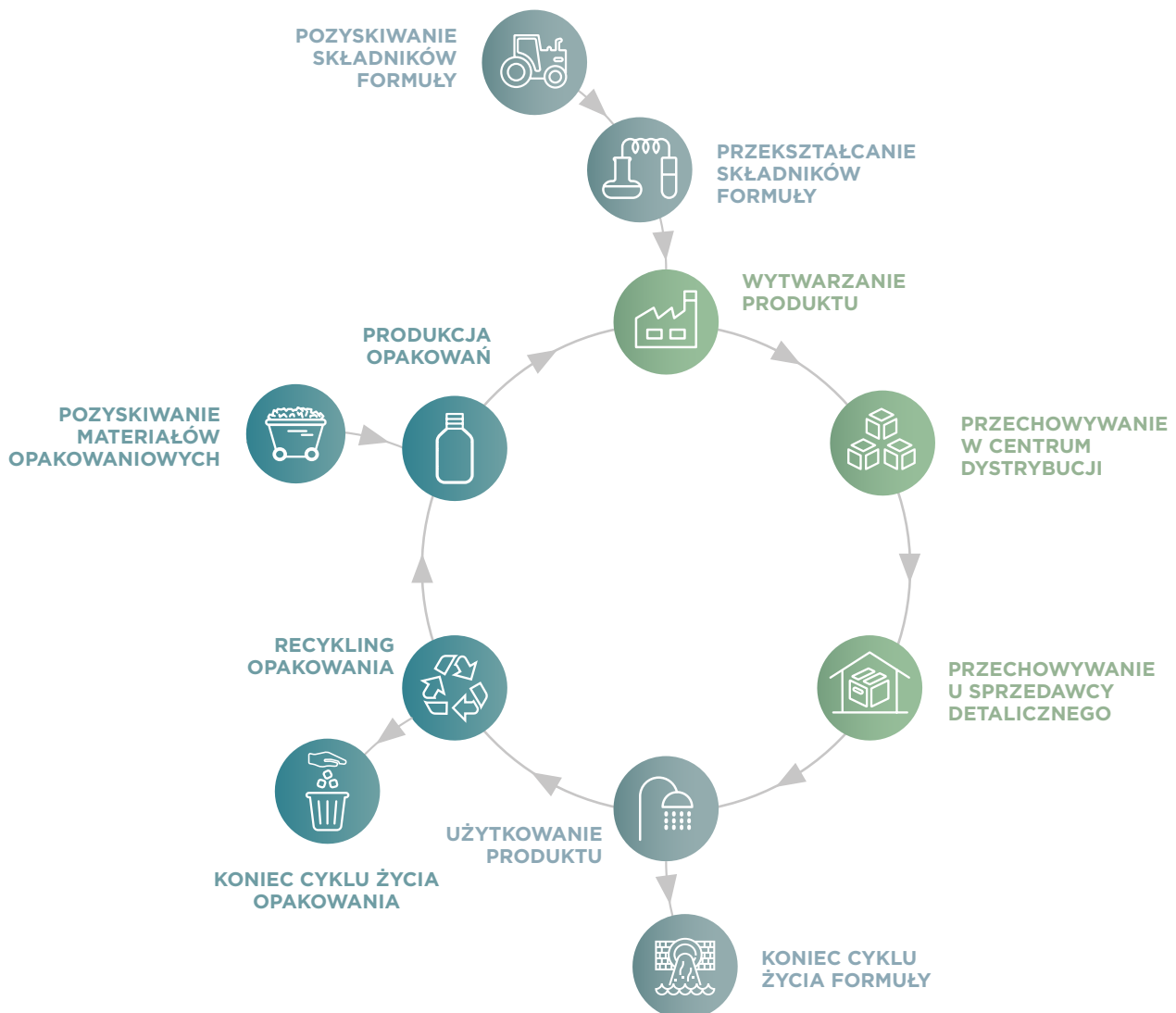
<sup>4</sup> L. Golsteijn i in., *Developing Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCR) for shampoos. The basis for comparable Life Cycle Assessments* [Opracowanie zasad dotyczących kategorii śladu środowiskowego dla produktów – szampony. Podstawa dla porównywalnych ocen cyklu życia, zintegrowanej oceny środowiskowej oraz zarządzania], „Integrated Environmental Assessment and Management” 2018, Vol. 14, Is. 5, s. 649–659, <https://setac.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/ieam.4064> [dostęp 29.05.2023].

<sup>5</sup> Z wyjątkiem niedawno nabytych aktywów i produktów wytwarzanych poza zakładami L'Oréal.

W przypadku kosmetyków ślad węglowy i wodny są **najważniejszymi czynnikami oddziaływania**.

W związku z tym L'Oréal przedstawia **ogólny wynik środowiskowy**, jak również szczegółowe **ślady węglowe i wodne** swoich produktów.

W metodologii L'Oréal istotny jest **cały cykl życia produktu**, co ma na celu objęcie oceną ogólnego wpływu produktu od surowca do zakończenia cyklu życia, dzięki czemu specjaliści tworzący produkty otrzymują wymierne narzędzia do poprawy śladu środowiskowego i społecznego produktu.





# Wskaźniki oznakowania produktu pod względem wpływu na środowisko

## OGÓLNY WPŁYW NA ŚRODOWISKO

Ten wskaźnik odpowiada sumie śladów środowiskowych produktu gotowego wywodzących się od 14 czynników oddziaływania mierzonych przez cały cykl życia produktu na jedno użycie.

## ŚLAD WĘGLOWY

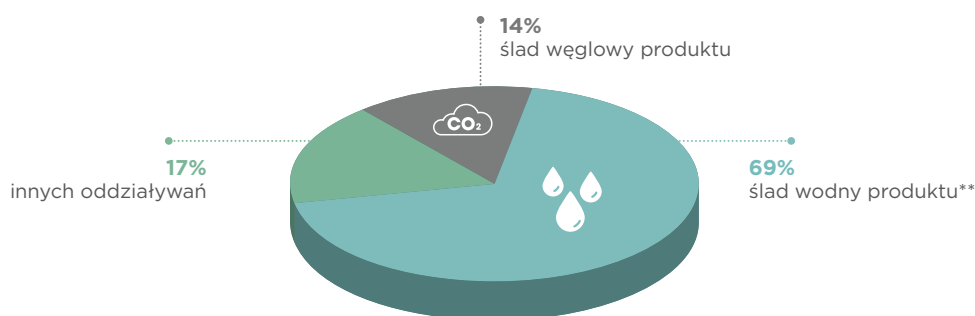
Ten wskaźnik odpowiada śladowi węglowemu produktu gotowego (ekwiwalent g CO<sub>2</sub>) przez cały cykl życia produktu na jedno użycie produktu oraz na objętość reprezentatywną (ml) produktu w celu umożliwienia porównania produktów należących do tej samej kategorii produktu PIL (por. § 3), ale dla których jedno użycie wymaga innej ilości.

## ŚLAD WODNY

Ten wskaźnik odpowiada sumie śladów środowiskowych (bez jednostki) gotowego produktu wywodzących się od 5 czynników oddziaływania mierzonych przy użyciu naszej metodologii śladu środowiskowego w celu zachowania ilości i jakości zasobów wody. Jest on wyrażany dla ilości na jedno użycie produktu oraz według objętości reprezentatywnej (ml) produktu w celu umożliwienia porównania produktów należących do tej samej kategorii produktu PIL (por. § 3), ale dla których jedno użycie wymaga innej ilości.

# Główne czynniki oddziaływania

WPŁYW NA ŚRODOWISKO WEDŁUG CZYNNIKÓW ODDZIAŁYWANIA - WSZYSTKIE KATEGORIE\* (L'OREAL)



\* Na podstawie ponad 6000 produktów L'Oréal: dane z 2021 roku.

\*\* Niedobór wody oraz jakość wody (eutrofizacja wody, eutrofizacja środowiska morskiego, ekotoksyczność wody) + zakwaszenie wody.

Obliczenia stosowane do naszego portfela produktów pokazują, że ślad węglowy oraz ślad wodny określone dla celów oznakowania stanowią dwa główne czynniki tworzące ogólny wpływ na środowisko naszych produktów.

Ponadto podając informacje dotyczące zmiany klimatu oraz zasobów wody, dotykamy dwóch istotnych problemów środowiska, które w dzisiejszych czasach stanowią priorytet dla konsumenta. Z tego względu postanowiliśmy podawać informacje na temat trzech wskaźników:

- ogólnego wpływu na środowisko (14 czynników wpływu),
- śladu węglowego,
- śladu wodnego.

Naszą ambicją jest informowanie konsumentów o wpływie produktów L'Oréal na środowisko i społeczność, aby umożliwić im porównanie produktów o tym samym działaniu, a przez to dokonywanie świadomych wyborów konsumenckich. Wymaga to zarówno zdefiniowania kategorii produktów, jak i zapewnienia konsumentom możliwości porównania i wybrania innego produktu niż dotychczas stosowany produkt o tej samej „funkcji kosmetycznej” (np. szampon, odżywka), przy zastosowaniu kryterium ich wpływu na środowisko, o ile takie jest ich życzenie. Zgodnie z tym zorientowanym na konsumenta celem zdefiniowaliśmy kategorie produktów spośród największej możliwej puli produktów, zapobiegając niemiernym porównaniom. Skorzystaliśmy z naszej wiedzy fachowej na temat konsumentów i rynku, aby proces grupowania z punktu widzenia konsumenta był sensowny. Istotne znaczenie dla identyfikacji produktów, które można uznać za różne pod względem funkcji czy korzyści kosmetycznych, miały liczne opracowania dotyczące użytkowania i postaw konsumenckich oraz testy oceny produktów przeprowadzane w minionych dziesięcioleciach.

Zgodnie z tymi zasadami nasz portfel produktów podzieliśmy na 36 kategorii produktów, aby umożliwić konsumentom porównywanie produktów i podejmowanie decyzji z uwzględnieniem kwestii zrównoważonego rozwoju.

Omawianych 36 kategorii, przedstawia tabela. Dotychczas w obszarze pielęgnacji włosów zdefiniowaliśmy precyzyjnie tylko trzy kategorie, w obszarze pielęgnacji skóry pięć kategorii oraz trzy kategorie w obszarze czyszczenia skóry. Klasyfikacja będzie się stopniowo poszerzać o inne kategorie.

Jeśli chodzi o produkty do pielęgnacji włosów, postanowiliśmy umieścić wszystkie szampony w jednej kategorii, gdyż wszystkie one oferują tę samą główną korzyść, tj. czyszczenie włosów, nawet jeśli niektóre z nich obok czyszczenia mają działanie lecznicze lub przeciwłupieżowe. Dodatkowo,

poszczególne funkcje produktu są jasno zdefiniowane. Odżywki do spłukiwania oraz maski umieściliśmy w jednej kategorii, gdyż obydwa produkty są stosowane głównie w celu ułatwienia rozczesywania oraz odżywiania, zaś preparaty bez spłukiwania lub olejki głównie dostarczają korzyści w zakresie pielęgnacji i stylizacji. Ponadto zdecydowana większość kobiet i mężczyzn stosuje preparaty bez spłukiwania lub olejki po zastosowaniu odżywki. Z tego względu znalazły się one w odrębnych kategoriach. Postanowiliśmy wyodrębnić suche szampony, ponieważ mają inne główne działanie w odróżnieniu od szamponów spłukiwanych: tylko jedna część brudu (sebum) jest pochłaniana, co pozwala użytkownikowi opóźnić zastosowanie szamponu spłukiwanego, a całkiem go zastąpić. Poza tym, kategoria „kuracja skóry głowy” grupuje wszystkie produkty do pielęgnacji skóry głowy.

KOLORYZACJA WŁOSÓW	STYLIZACJA	PIELĘGNACJA WŁOSÓW	PIELĘGNACJA SKÓRY	OCZYSZCZANIE SKÓRY	MAKIJAZ	HIGIENA
Koloryzacja	Stylizacja	<b>SZAMPONY</b>	<b>CODZIENNA PIELĘGNACJA TWARZY</b>	<b>CODZIENNE OCZYSZCZANIE TWARZY</b>	Tusz do rzęs	Antyperspiranty i dezodoranty
Dekoloryzacja	Długotrwała stylizacja	Suche szampony	Kuracja szokowa twarzy	Głębokie oczyszczanie twarzy i maska	Usta	Perfumy
		<b>ODŻYWKI I MASKI</b>	Ukierunkowana kuracja szokowa twarzy	<b>DEMAKIJAZ</b>	Eyelinery i kredki do brwi	Golenie ze spłukiwaniem
		<b>PRODUKTY BEZ SPŁUKIWANIA I OLEJKI</b>	<b>WODA I TONIKI</b>	Demakijaż oczu	Powieki	
		Kuracje do skóry głowy	<b>PIELĘGNACJA OCZU</b>	<b>MYCIE CIAŁA</b>	Lakiery do paznokci	
			<b>PIELĘGNACJA ZWIĄZANA Z OPALANIEM</b>	Mycie rąk	Podkłady	
			<b>NAWILŻANIE CIAŁA</b>		Róże	
			Ukierunkowana kuracja ciała		Korektory	
			Pielęgnacja dłoni i paznokci		Pudry	

**SEGMENTACJA ZDEFINIOWANYCH KATEGORII**

Przewidywana segmentacja kategorii

Kategorie nieotwarte

W przypadku produktów do pielęgnacji skóry stosujemy te same zasady; kategoria „pielęgnacja twarzy na dzień” obejmuje produkty z filtrami przeciwsłonecznymi oraz produkty barwione, ale nie obejmuje kuracji punktowych (pęcherzyki, maski), kategorii „oczu” i kategorii „woda i tonery”. Produkty do mycia ciała, żele pod prysznic oraz mydła w kostce do ciała znajdują się w jednej kategorii, zaś mydła w płynie i w kostce do rąk znajdują się w innej kategorii. Pozostałe kategorie zdefiniowane są według podobnych zasad.

Zamierzamy pogrupować wszystkie dezodoryanty i antyperspiranty razem niezależnie od formatu, od kulkowych po aerozole. W ten sposób, w połączeniu z wybraną metodologią punktowania (por. § 3c), otrzymujemy dobry rozkład produktów na różne poziomy oddziaływania, co ma kluczowe znaczenie dla umożliwienia klientom wyborów bardziej zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Obok oddziaływania ocenianego i wyraźnego punktacją metryczną, opracowano też treści edukacyjne, które przedstawiają informacje jakościowe dotyczące oddziaływania produktów kosmetycznych. Przykładowo, konsumenci będą informowani o oddziaływaniu na emisję węgla oraz na wodę w związku z użytkowaniem odżywki przeznaczonej do spłukiwania. Przekazanie konsumentom tej informacji umożliwi im podjęcie działań w celu obniżenia ich śladu środowiskowego. Na przykład, w przypadku produktu przeznaczonego do spłukiwania konsumenci zostaną poinformowani o śladzie CO<sub>2</sub> oraz wodnym, które są związane z podgrzaniem i zużyciem wody oraz będą mieć możliwość wybrania produktu niewymagającego spłukiwania.

W przypadku większości kategorii produktów istnieje wystarczająca liczba produktów, która umożliwia dokonanie sensownego porównania. W przypadku nielicznych kategorii, w których tak nie jest, nie przedstawiamy informacji na temat śladu środowiskowego produktu. Ponadto wstępne badania przeprowadzone we Francji, w Stanach Zjednoczonych oraz w Indiach wykazały, że takie podejście ma dla konsumentów znaczenie.

# Metodologia punktacji

Punktacja produktów, oprócz tego, że powinna być oparta na solidnych podstawach naukowych, powinna być też zrozumiała dla konsumentów i postrzegana jako wiarygodna podstawa dla dokonywania wyborów konsumenckich bardziej zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Celem było przypisanie punktu przy użyciu pięcioliterowego systemu klasyfikacji (od A do E) dla każdego wskaźnika (ogólny wpływ na środowisko, ślad węglowy i ślad wodny).

Klasa A zawiera 10% produktów o najniższym śladzie.

Klasa E zawiera 10% produktów o najwyższym śladzie.

Pozostałe trzy klasy (B, C i D) są w równych przedziałach klas A i E.

Klasyfikacji poszczególnych produktów pod kątem ich oddziaływania na środowisko dokonano metodą skali liniowej ograniczonej. W ramach tego podejścia 10% produktów o najniższym śladzie w przeliczeniu na jedno użycie sklasyfikowano w klasie A, zaś 10% o najwyższym śladzie sklasyfikowano w klasie E. Pozostałe produkty przypisano do klas B, C lub D. Progi te zostały zdefiniowane przy użyciu równych przedziałów pomiędzy dolnym 10% a górnym 10%. Ponieważ przedziały dla B, C i D są równe pod względem punktów przyznanych produktom, liczba produktów w każdym przedziale będzie różna w zależności od kategorii.

Powyższe klasy są zgodne z francuskimi zaleceniami dotyczącymi oznakowania oraz z metodologią Ecolabel, która zapewnia, by produkty najbardziej przyjazne środowisku stanowiły od 10% do 20% produktów dostępnych na rynku.

Aby nasza punktacja była sensowna, produkty A muszą być wyraźnie lepsze od produktów B, które z kolei muszą być wyraźnie lepsze od produktów C. W naszym przekonaniu mniejsza niż 15-procentowa średnia różnica pomiędzy produktami jest niewystarczająca dla uzasadnienia innej punktacji. W pewnych kategoriach produktów, jeżeli stosujemy opisaną wyżej metodę 10% A i 10% E, różnica między granicami poszczególnych klas może nie być wystarczająco zaznaczona. W tym szczególnym przypadku do obliczenia progów B/C i C/D oraz D/E będzie zastosowana następująca metoda:

- w dalszym ciągu dajemy punkt A 10% produktów o najniższym śladzie środowiskowym;
- w celu otrzymania wartości granicy B/C podwyższamy wartość (wartość bezwzględna) oddziaływania oznaczającą próg pomiędzy A a B o 15%:

$$\text{Wartość B/C} = \text{wartość A/B} + \text{wartość A/B} \times 0,15$$

- otrzymana w ten sposób odległość między progiem A/B a progiem B/C jest następnie zastosowana do zdefiniowania progów pomiędzy C a D oraz pomiędzy D a E.

W związku z tym dla progów, do których stosowana jest powyższa korekta, może się okazać, że liczba produktów „E” stanowi mniej niż 10% wszystkich produktów w danej kategorii.



# \_\_\_\_ Profil opakowań

W ramach długoterminowej, zrównoważonej strategii dotyczącej opakowań (tzw. 6R: Reduce [*redukuj*], Replace [*zastępuj*], Reuse [*wykorzystaj ponownie*], Refill [*uzupełnij ponownie*], Recycle [*poddawaj recyklingowi*], Reinvent [*odkryj na nowo*]) oraz zgodnie z naszymi zobowiązaniami z horyzontem roku 2030, opakowania produktów L'Oréal są optymalizowane pod względem wagi oraz rozmiarów; zmierzając do całkowitego wycofania się z pierwotnych tworzyw sztucznych, stale zwiększamy udział stosowanych przez nas materiałów wtórnych uzyskanych od konsumentów. L'Oréal promuje także nowe praktyki konsumenckie przez tworzenie opakowań do ponownego użytku i uzupełniania oraz udostępnianie konsumentom wskazówek dotyczących segregacji odpadów.

Z reguły opieramy naszą ocenę na definicji Fundacji Ellen MacArthur: „opakowanie lub jego komponent nadaje się do recyklingu, jeżeli udowodniono, że jego pomyślna zbiórka po użyciu przez konsumentów, segregacja oraz recykling są realizowane w praktyce i na dużą skalę”.

Ponieważ instrukcje dotyczące recyklingu mogą się różnić w zależności od kraju, nasze oznakowanie może być dostosowane do specyfiki lokalnych rynków.

---

# Wpływ produktu na społeczności

Składniki i części składowe produktu są pozyskiwane od dostawców, którzy zobowiązali się do przestrzegania **fundamentalnych zasad ONZ Global Compact** dotyczących standardów pracy.

#### **Cztery zasady ONZ Global Compact w zakresie praw pracowniczych:**

- *prawa pracowników do zrzeszania się i zawierania układu zbiorowego;*
- *zakazu pracy przymusowej lub obowiązkowej;*
- *zakazu pracy dzieci;*
- *zakazu dyskryminacji pracowników.*

Wszyscy bezpośredni dostawcy, którzy przyczynili się do powstania produktu, podpisali zobowiązanie etyczne<sup>6</sup>, które obejmuje przestrzeganie zasad ONZ Compact.

#### **Dostawcy wspierający integrację społeczną**

Dostawcy składników lub opakowań zapewniają miejsca pracy i godną płacę osobom i społecznościom narażonym na wykluczenie pod względem ekonomicznym i/lub społecznym. Dostawcy ci są zaangażowani w co najmniej jeden projekt solidarnościowy (Solidarity Project).

**W 2021 ROKU DOSTĘP DO ZATRUDNIENIA POPRZEC PROGRAM SOLIDARNEGO POZYSKIWANIA PRODUKTÓW UZYSKAŁO 89 093 OSÓB, CO STANOWI WZROST O 7955 W PORÓWNIANIU Z ROKIEM 2020.**

Dostawcy spółki L'Oréal pracują dla lokalnych społeczności w swoich krajach (które mogą nie być dokładnie krajami, w których produkt jest wytwarzany i sprzedawany). Praca dla społeczności lokalnej może stanowić rozwiązanie szeregu problemów, takich jak: uczciwe pozyskiwanie surowca, uprawomocnienie kobiet, zatrudnienie osób niepełnosprawnych, pracowników w starszym wieku, aktywizacja zawodowa długotrwale bezrobotnych, integracja społeczna uchodźców i osób starających się o azyl, mniejszości, weteranów, innych osób w niekorzystnej sytuacji społecznej i ekonomicznej, lokalne zatrudnienie w narażonych obszarach, zakład pracy integrujący społecznie, małe przedsiębiorstwa, przedsiębiorstwa certyfikowane należące do różnorodnych\* dostawców (\*kobiety, mniejszości LGBTQ+, weterani, niepełnosprawni), katastrofy naturalne, specyficzna lokalna wiedza fachowa.

### Więcej na temat wpływu społecznego spółki L'Oréal w łańcuchu dostaw

Podwykonawcy grupy kapitałowej oraz dostawcy surowców, opakowań, środków produkcji oraz materiałów reklamowych/promocyjnych w punktach sprzedaży, zlokalizowani w krajach zidentyfikowanych jako kraje ryzyka według Verisk Maplecroft podlegają obowiązkowemu audytowi społecznościowemu (zanim zostaną włączeni do panelu dostawców), co ma na celu zapewnienie zgodności z obowiązującym prawem, z prawami człowieka oraz z przepisami prawa pracy. Audyt ten obejmuje także bezpieczeństwo pracowników oraz warunki pracy, a także sposób uwzględnienia wpływu działalności na środowisko.

Audyty społecznościowe prowadzone są przez niezależne podmioty zewnętrzne działające na zlecenie L'Oréal.

Audyty początkowe oraz audyty ponawiane co trzy lata finansowane są przez grupę kapitałową. Audyty kolejne, które weryfikują skuteczność podjętych planów działania, finansowane są przez dostawców.

W ramach audytu kontrolowanych jest 10 obszarów:

- praca dzieci,
- praca przymusowa i obowiązkowa,
- środowisko, bhp,
- zgodność z przepisami prawa dotyczącymi związków zawodowych,
- brak dyskryminacji,
- praktyki dyscyplinarne,
- molestowanie lub wrogie środowisko pracy,
- należna zapłata wynagrodzenia i świadczeń,
- czas pracy,
- relacje z podwykonawcami.

Audyt społecznościowy spółki L'Oréal opiera się w dużej mierze na uznanym międzynarodowym standardzie SA 8000. Grupa kapitałowa narzuciła także bardziej wymagające kryteria, szczególnie jeśli chodzi o minimalny wiek zatrudnianych dzieci. Jest on ustalony na poziomie 16 lat dla wszystkich pracowników dostawców, co jest wyższą granicą niżeli wymagana przez konwencje fundamentalne Międzynarodowej Organizacji Pracy (ILO).

### KLUCZOWE DANE 2021:

- ponad 9300 zakładów dostawców zostało objętych audytem społecznościowym od czasu wprowadzenia narzędzia sprawozdawczości w roku 2006;
- w 2021 roku przeprowadzono 1236 audytów<sup>7</sup> na 14 900 łącznie przeprowadzonych od 2006 roku;
- kolejne audyty, które weryfikują korektę niezgodności, stanowią 37% łącznej liczby audytów przeprowadzonych w 2021 roku i umożliwiły one poprawę wyników u 72% dostawców objętych audytem;
- w ten sposób 98% zakładów produkcyjnych dostawców wymagających audytu zostało objętych audytem co najmniej jeden raz.

<sup>7</sup> Dostęp do listy o wzajemnym zobowiązaniu etycznym L'Oréal tutaj: <https://www.loreal.com/en/articles/commitments/loreal-mutual-ethical-commitment-letter/> [dostęp: 29.05.2023].

L'ORÉAL