



„Орифлейм“ е най-бързо развиващата се козметична компания, продаваща по метода на директните продажби. Тя предлага висококачествени естествени продукти, които се разпространяват чрез мрежа от независими дистрибутори (консултани по красота). Марката е позната в над 60 страни на пет континента. Освен пълна гама козметични продукти „Орифлейм“ предлага и възможност за изграждане на собствен бизнес без първоначална инвестиция. От нея са се възползвали над 3 600 000 души по целия свят, които работят като консултани на марката.

#### Пазар

Милиони жени по целия свят всеки месец си поръчват продукти от каталогите на „Орифлейм“. Компанията операира в над 60 страни на пет континента. На българския пазар „Орифлейм“ навлиза през 1994 г. като една от първите марки за директни продажби.

**Постижения на марката**  
„Орифлейм“ навлиза на българския пазар с два каталога годишно, които има само козметични продукти, няма промоции и оферти. Постепенно компанията доразвива стратегията си за най-качествено удовлетворяване на нуждите на своите клиенти и консултани и днес тя работи със седемнаесет каталога годишно, които има разнообразие от козметични и некозметични продукти, специални промоции и много оферти.

Подпомагана от все по-активните каталоги, отновите си продукти и все по-многобройната си „армия“ от добре обучени и информирани консултани, „Орифлейм“ непрекъснато увличава пазарния си дял.

#### Продуктът

„Орифлейм“ предлага на хората два вида продукти: единият е козметика, а другият е възможността за изграждане на собствен бизнес без начална инвестиция. Тези два продукта въроят ръка за ръка и са залегнали в основата на успеха на компанията.

Дистрибуторите в „Орифлейм“ се наричат консултани, тъй като са обучени да познават продуктите мака, че по всяко време да могат да дават компетентна консултация и съвет. Като предлагат



Висококачествената естествена козметика на своите познати и приятели, консултантите печелят допълнителни доходи за себе си и своите семейства по приятен и забавен начин. „Орифлейм“ непрекъснато инвестира в обучението и разширението на своите консултани.

В каталогите си компанията поддържа по всяко време около 1000 продукта. „Орифлейм“ представя 450 нови или обновени продукта всяка година. Стремежът на компанията е да съчетава най-добрите природни съставки с най-новите постижения на науката. Тази задача е поверена на едно от най-важните звена във фирмата – Глобалния технически център, който се намира край Дъблин, Ирландия.

Философията на „Орифлейм“ е да бъде максимално близо до природата. Когато е възможно, се използват растителни съставки в продуктите. Повечето формули съдържат екстракти от билки, извлечени от растенията чрез струена

фильтрация. Сред използваните естествени съставки са ябълка, браза, кокос, алое, бил, ракче и др. Почистващите агенти лесно се разграждат и не застрашават околната среда. Безопасността на продуктите е от първостепенно значение, поради което съставките се избират изключително внимателно, като се разглежда подробно историята на тяхната употреба в козметиката.

Всички изследвания се провеждат според правилата COLIPA – стандарт в козметичната индустрия за тестване на козметични продукти. За всеки утвърден продукт се издава отчет, доказващ верността на тъвърдението. Компанията е сред пионерите в още една област – от самото ѝ създаване нейните продукти не се тестват върху животни. „Орифлейм“ подкрепя BUAV (Британският съюз за отмяна на вивисекцията), чийто символ „зайче“ може да се открие върху продуктите ѝ. Той е доказателство, че продуктът не е тестван върху животни. Всяка нова формула се изпитва върху хора доброволци под наблюдението на изпитвати професори дерматологи. При производството на некозметични продукти,



включва Португалия, Индонезия, Чили и гр. Голямата пазарна инвазия на марката е от началото на 90-те години. Най-новите попълнения са Беларус, Китай и Иран.

„Орифлейм“ предлага богата гама продукти за всеки – козметика за лице и тяло, аромати, декоративна козметика и аксесоари за жени, мъже и деца. Все пак акцентът е поставен върху грижата за кожата – това е секторът с най-големи традиции. Компанията разработва продукти от бялата козметика с уникални комплекси на основата на растителни съставки, които успешно се борят с признаките на стареене. Пример за това са серии „Спри Времето“ – за зряла кожа, Bioclinic – действа на клетъчно ниво за подобряване и засилване на естествените защитни механизми на кожата, Ecollagen – цялостна грижа за борба с бръчките в три измерения, „Кралска кадифена колекция“, която предлага иновативни решения за стегната кожа.

Компанията непрекъснато следи и прилага последните модни тенденции в грима. От 2009 г. „Орифлейм“ навлезе и в една съвсем нов пазарен сегмент – този на хранителните добавки. Почитателите на естествената шведска козметика вече могат да подсилят красотата си и отвътре – с шейкобе за балансиран хранителен прием, мултивитами и минерали както за възрастни, така и за деца, антиоксиданти и „Омега 3“.

„Орифлейм“ постоянно се развива и увличава производствения си капацитет, за да отговори на нуждите на пазара. „Орифлейм“ има пет собствени производствени фабрики в Швеция, Полша, Китай, Русия и Индия. От 2004 г. компанията предлага акции си на Стокхолмската фондова борса.

**Знаете ли, че...**  
„Орифлейм“ има център за разработване на нови продукти в Дъблин, Ирландия, в който работят повече от 100 учени.

75% от рекламния бюджет на „Орифлейм“ се концентрират в разширението, обучението и мотивацията на консултантите. При налагане на стратегически нови продукти тяхната работа се подпомага чрез телевизионна и печатна реклама. Като социално отговорна компания „Орифлейм“ се включва в различни инициативи в полза на общество. Фирмата е съосновател на световната фондация „Действо“, под

#### История

► 1967 – Компанията е основана в Швеция от двамата братя Робърт и Йонас аф Йохник.

► 1990 – След падането на Берлинската стена „Орифлейм“ навлиза на пазарите в Източна Европа. Първият офис за този регион е отворен в Чехия.

► 1994 – „Орифлейм“ отваря офис в България.

► 2004 – „Орифлейм“ предлага акции си на Стокхолмската фондова борса.

► 2006 – „Орифлейм“ навлиза в Китай.

► 2007 – „Орифлейм“ обединява офисите си, които до този момент са били в Брюксел и Малмъ, на едно място – в Стокхолм.

► 2012 – Броят на независимите консултани (дистрибутори) на „Орифлейм“ достига 3 600 000.

патронажа на шведската кралица Силвия, чиято основна цел е да защитава правата на децата. През 2003 г. „Орифлейм България“ подава кампания за подпомагане на домовете за деца, лишени от родителска грижа. В

продължение на три години със събранието са подпомогнати 21 дома от цяла България. През 2008 г. фирмата провежда кампания за набиране на съдържимо, с които бяха ремонтирани детски площадки и училищни игрища в два града в България. От 2010 г. „Орифлейм България“ работи съвместно с Фондация „За нашите деца“. Печалбите от всяка закупена „Дарителска грижна“, която е продукт на „Орифлейм“, отиват за намирането на приемни родители на деца сираци.

#### Ценностни на марката

„Орифлейм“ започва бизнеса си с фокус върху продуктите за грижа за кожата, разработени на базата на естествени съставки. Въпреки че портфолиото на фирмата днес включва широка гама продукти, грижата за кожата на базата на естествени съставки си остава основата на продуктите на „Орифлейм“. Заедно с шведския производ на компанията изва и шведското отношение към козметиката. Възхновени от шведската женска сложителите на фирмата вярват в подчертаването на естествената красота на жените навсякъде по света.

„Орифлейм“ използва натурални съставки, защото вярва, че естественото е по-добро от изкуственото. Когато приоритета не може да снабди компанията с някоя съставка за продуктите, тя разчита на прецизна наука и изследвания. В „Орифлейм“ никога не тестват продуктите си върху животни. Когато разработва опаковките на продуктите си, компанията се възхищава от традицията на скандинавския дизайн. Затова, в съответствие с философията на марката, дизайнерите на „Орифлейм“ са умерени, изчистени и елегантни.

► [www.oriflame.bg](http://www.oriflame.bg)