



Основана през 1967 г., „Орифлейм“ е компания за красота, която продава директно в повече от 60 страни. Широкото ѝ портфолио от шведски иновативни продукти за красота, вдъхновени от природата, се предлага на пазара от около 3 милиона независими консултанти, като годишните продажби възлизат на около 1.2 милиарда евро. Уважението към хората и природата е в основата на оперативните принципи на „Орифлейм“, заложили в нейната социална и екологична политика.

Пазар

За „Орифлейм“ е важно качеството. Стремелът към непрекъснато развитие и усъвършенстване е в основата на цялата дейност на фирмата. Клиентите на компанията трябва да се чувстват уважавани, а това не може да се постигне без старание. Затова „Орифлейм“ посвещава на създаването на продуктите колкото време е необходимо. Научните изследвания, намирането на най-добрите източници и разработването на формулите понякога отнемат месеци, за да се произведе крайният продукт.

За вниманието си към детайлите „Орифлейм“ има множество награди и признания за качество и безопасност на продуктите. Но същинската награда за компанията е лоялността на клиентите ѝ през годините.

Постижения на марката

От 1967 г. досега „Орифлейм“ помага на хората да изглеждат красиви, да се чувстват и да живеят по-добре. В самото си начало „Орифлейм“ е една мечта. Двама братя от Швеция – Йонас и Робърт аф Йохник, и техният приятел Бенгт Хелстен започват да работят за постигането на тази мечта – да предлагат висококачествена козметика и грижа за кожата, вдъхновени от уникалната красота на природата на Швеция. Идеята им е да печелят, давайки възможност на консултантите да развият свой собствен бизнес чрез директни продажби на продуктите на компанията и на свой ред да привличат други, които да тръгнат по този път.

„Орифлейм“ има смела амбиция да направи бизнеса си екологично устойчив. За да постигне тази цел, през 2010 г. компанията стартира нова екологична стратегия, актуализирана през

2014 г.

Стремелът на фирмата е да съчетава най-добрите природни съставки с най-новите постижения на науката. Тази задача е поверена на едно от най-важните звена в дружеството – Глобалния технически център, който се намира край Дъблин, Ирландия.

С повече от 50 години опит, над 100 учени и модерно оборудване на Центъра за изследване и разработване от „Орифлейм“ непрекъснато търсят по-добри решения и технологии, за да създават иновативни, съвременни продукти, които отговарят на нуждите на потребителите.

Животът на всеки продукт на „Орифлейм“ започва в Института за изследване на кожата, където науката се използва за създаване на уникални и рядко патентовани технологии, даващи предимство пред конкурентите. Тези нови технологии се предават на учените в Центъра за изследване и разработване в Дъблин. А тяхната цел е да създадат козметична формула, която да бъде част от съществуваща серия или да има потенциала да се превърне в част от нова серия. Най-важното за „Орифлейм“ обаче е да се създаде продукт, който ще се ползва с удоволствие.

Продуктът

„Орифлейм“ се ангажира да създава отговорно произведени продукти, които внасят повече благополучие в живота на клиентите. Намирането на вдъхновение в природата и зачитането на околната среда са от ключово значение за компанията. Затова тя непрекъснато се стреми да направи продуктите, процесите и опаковките си по-етични, устойчиви и безопасни през целия им жизнен цикъл.

Компанията прилага задълбочен процес на оценка на безопасността и притежава сертификати за безопасност за всичките си козметични продукти.

От години „Орифлейм“ използва хартия, добита от възстановяеми гори. Дългогодишна политика на компанията е и да не използва PVC суровини. Където е възможно се употребяват рециклирани материали и енергоспестяващи средства за транспорт.



Знаете ли, че...
 • Най-новата фабрика и Глобалният център за дистрибуция (GDC) заемат площ, равна на 36 футболни терена.
 • През 2015 г. 98% от хартията за опаковките на компанията е от наредено сертифицирани източници, а 85% от опаковките купил и листовки са от хартия със сертифициран FSC (за отговорно управление на горските територии).

Иновациите са неразделна част от развитието на продуктите в „Орифлейм“. Вниманието към отговорното разработване на продукта не е ново за „Орифлейм“. Компанията продължава да се придържа към ангажимента за хуманно отношение към животните и други основни етични практики.

През 2011 г. „Орифлейм“ предлага серията Ecosbeauty – първата козметична гама в света, одобрена от четири водещи независими организации – Fairtrade, Ecosert, The Vegan Society и Forest Stewardship Council. Ecosbeauty печел множество награди заради подхода си за устойчивост, включително престижните награди Eco Beauty 2014 г., организирани от Cosmetic Executive Women.

Грижата за кожата е основна категория в портфолиото на „Орифлейм“, като продуктите са насочени към потребители от различни възрастови групи и с различни ценови очаквания. Една от целите на тази категория е да изгради навики у клиентите за последователна рутинна грижа за кожата в няколко стъпки – от почистване до специална програма против стареене.

Заедно с водещи шведски учени и специалисти по хранене компанията разработва Wellness by Oriflame („Уелнес“ от „Орифлейм“), която носи на потребителите красота и отвътре. Защото разбирането е, че хранителните съставки в „Уелнес“ са късо толкова важни, колкото и традиционните козметични продукти. Основното действие на Wellness by Oriflame е поддържане на красотата на кожата, както и на общото здраве и противодействие на процеса на стареене. „Уелнес“ от „Орифлейм“ подкрепя естествения баланс на тялото и работи за подобряване на нормалните му функции.

В обобщение – „Орифлейм“ предлага на хората два вида продукти: едният е козметиката и „Уелнес“, а другият е възможността за изграждане на собствен бизнес без начална инвестиция. Те вървят ръка за ръка и са залегнали в основата на успеха на компанията.

Съвременно развитие

Името „Орифлейм“ е внимателно подбрано и идва от френската дума Oriflamme – призив от кралския флаг на средновековна Франция, носен в бой, за да вдъхновява смелостта и предаността. Красив символ на бизнеса на компанията, името е с леко променен правопис, за да има международно звучене.

„Орифлейм“ се разраства и за да осъществяват контрол върху производството, качеството и доставките, както и за да намалят зависимостта си от доставчиците, през 1976 г. Йонас и Робърт построяват първата фабрика на „Орифлейм“ в Дъблин, Ирландия. Това засилва още повече фокуса върху създаването на

формули с доказан ефект и развива традициите на компанията в използването на натурални и полезни съставки.

„Орифлейм“ е първата чуждестранна компания, която успява да излезе на Лондонската фондова борса след Втората световна война.

През 2000 г. в Брей, точно до Дъблин, стартира Глобалният технически център на корпорацията.

През септември 2006 г. „Орифлейм“ получава лиценз от Китай и става първата европейска компания за директни продажби с разрешение да продава там.

През 2007 г. „Орифлейм“ консолидира част от офисите си в Европа с общо централно управление и постига рекорд в продажбите от 1 милиард евро.

През 2008 г. във връзка със засилената научноизследователска дейност е отворен обект за клинични тестове – „Оридерм“, където продуктите на „Орифлейм“ могат да бъдат тествани върху хора, за да се видят реалните резултати.



През 2009 г. в Стокхолм официално стартира дейността Изследователският институт за грижа за кожата, където експерти работят по изследвания, насочени към създаване на следващо поколение уникални технологии – предимно за продукти за кожата от най-висок клас. Тези проекти се осъществяват на клетъчно/биологично равнище и продължават между три и седем години.

През 2017 г. „Орифлейм“ отбелязва 50-ата си годишнина. В този значим момент се празнуват не просто 50 години от създаването на една компания. Празнуват се 50 години единност, дух и страст... 50 години красота и иновации... 50 години богат опит и сбъднати мечти.



История



Промоция

Дългосрочната визия на „Орифлейм“ е да стане компания с напълно устойчиво развитие. Да се създават възможности, с които хората да променят живота си към по-добро – от консултантите и клиентите на „Орифлейм“ до служителите и доставчиците, и не само.

„Орифлейм“ има за цел да обедини красотата и благополучието чрез продукти, към които се отнася с отговорност, като продължава да разработва серии, отговарящи на най-високите социални и етични стандарти в опазването на околната среда. Това се постига и чрез използването на устойчиви материали от възобновяеми енергийни източници, чрез намаляване на вредните емисии във въздуха и водата, както и чрез редуциране на общото количество производствени отпадъци.

„Орифлейм“ винаги е работила всеотдайно за сбъждането на мечтите и това е част от нейната бизнес философия. Грижата за хората се простира отвъд работата чрез благотворителните дейности, с които е ангажирана компанията от основаването си през 1967 г. досега. „Орифлейм“ вярва, че подкрепяйки най-уязвимата част от обществото – децата и младите жени, им дава възможност да превърнат мечтите си в реалност. Тази подкрепа се прибавя към желанието да си помогнем сами и в водещ принцип, който ангажира цялото общество и е в съответствие с бизнес модела на компанията.

„Орифлейм“ работи съвместно с неправителствени и благотворителни организации, които имат богат опит в развитието и ръководенето на успешни образователни инициативи. Сред тях са World Childhood Foundation и „SOS Детски селища“ – две световни организации, с които компанията работи с гордост.

Нейно Величество кралица Силвия основава World Childhood Foundation, която е съфинансирана от „Орифлейм“. Фондацията е насочена към маргинализираните, игнорираните и забравени деца, особено момичета. Основните целеви групи са децата от улицата, живеещите в институции, млади майки и сексуално малтретираните деца.

Ценности на марката

Визията на „Орифлейм“ е да бъде козметична компания №1 в областта на директните продажби. Мисията ѝ винаги е била да сбъдва мечти.

Единност, дух и страст са основните ценности, които правят „Орифлейм“ уникална компания.

Единност. Хората, които работят заедно и споделят едни и същи цели, постигат забележителни резултати. Те се мотивират взаимно и знаят, че общите усилия и екипната работа носят много повече удовлетвореност, отколкото индивидуалните.

Дух. Тези, които имат вътрешното усещане, че могат да постигат резултати, са целеустремени и никога не се предават. Те са отдадени и готови да направят каквото е необходимо, за да успеят.

Страст. Хората със страст имат силата да променят света. Те обичат това, което правят, и вярват в него. Дълбоко в себе си те са убедени, че нещата зависат от тях.

Мотото на „Орифлейм“ – „Вашите мечти – наше вдъхновение“, има дълбоки корени в миналото на компанията. През 50-годишната си история корпорацията винаги е била отдадена на мисията да вдъхновява и предава на хората възможността да постигнат мечтите си чрез уникална бизнес концепция.

„Вашите мечти – наше вдъхновение“ е израз на отдаденост към клиентите и консултантите. За „Орифлейм“ мечтите на консултантите играят важна роля в разработването на нови козметични продукти и програми за развитие на собствен бизнес.

„Орифлейм“ е и винаги ще бъде посветена на сбъждането на мечтите. Това е мисията на „Орифлейм“. Всеки ден.

„Орифлейм“ вярва в красотата. С помощта на уникалните козметични продукти, създадени в Швеция, „Орифлейм“ дава възможност на милиони хора по света да променят живота си към по-добро.

Знаете ли, че...
 • „Орифлейм“ инвестира около 1% от печалбата си, или 15 милиона евро на година, за научноизследователска дейност.
 • В бонусите във Финландия и Шотландия продуктът на „Орифлейм“ „Нека грижа“ се използва срещу изгаряния.