



colart

可持续发展报告  
2020-2021

# 目录



## 概述

可持续发展官回顾	04
首席执行官寄语	05
关键绩效指标	06
战略概要	08
可持续发展趋势	11
Lindéngruppen林顿集团	12

## 业务发展

品牌更新	14
消费者营销与洞察 管理	20 21
供应链	22
数字化	23
新产品开发	26
新业务开发	27
可持续创新	28

## 人力资源

我们的员工	30
合作关系与慈善事业	36

## 地球保护

足迹	38
SVHC	39
社会影响 重要性	40 41
地域故事	43

## 计划与目标

计划与目标	56
-------	----

# 概述



共创未来



# 2021年 可持续发展官 回顾

2020-2021年，新冠疫情给柯雅带来了巨大的挑战。不过，公司各个部门均迅速响应，最终在疫情期间见证了市场对我们产品需求的逐步上升

在确保员工安全的前提下，各工厂和配送中心继续营业。我们通过工厂健康与安全设备投入以及重新设计流程，来保护员工的安全。

尽管面临着上述挑战，但是柯雅并未停止将可持续发展融入企业文化。公司上下各层级均积极参与可持续发展的探讨和实施。

我们制定了一份可持续发展五年计划，其中设定了明确的目标和关键业绩指标（KPI）。

如今，全公司的商业计划均以可持续发展为核心。

同时，以创新的可持续包装指南为基础，柯雅的品牌计划概述了可持续的新产品

开发需求。2021年，本公司的目标是整体减少塑料使用量，取缔一次性塑料，目前无法取缔时，则改用可回收塑料。

我们的可持续发展大使们继续推动变革，使大量举措在多个当地工厂和全球展开。我们严查能源消耗。2020年，公司旗下大多数欧洲工厂转而购买可再生能源所发的电力。譬如，法国勒芒工厂在现场安装了大量太阳能电池板，该项目将于2021年的年中投入使用。

在前进的道路上，我们步步稳扎，蓄势待发，未来可期。



理查德·卢埃林（Richard Llewellyn）  
可持续发展官

# 首席执行官寄语

成为最具持续性、以消费者为导向的创意品牌之家

我们致力于“鼓舞世界上的每一位艺术家”的宏伟愿景，这将推动柯雅一路前行

我们的产品组合由七大品牌构成，包括13000余种产品，

在120多个国家/地区出售，赋能数百万创意人士，用有意义且丰富多彩的方式展现着他们的作品。

可持续性贯穿公司运营的各个环节；在我们眼中，对可持续性的追求不是一时的风潮。

漂绿（Greenwashing）以及有关功过是非之辩论均不在我们的议程当中。我们慎重地秉持公司之使命，即：成为最具持续性、以消费者为导向的创意品牌之家。

为实现这一使命，我们将在业界引领风潮，投资未来之发展。对我们而言，减少对环境的影响并在发展公司的同时提高我们的社会责任不只是一个道德上的承诺。我们将采取切实有效的行动，减少碳影响，取缔一次性塑料并关注员工的幸福度。

重要的是，我们深信可持续发展将为柯雅带来

长期价值。虽然还有很多事情要做，但我们已制定了明确的路线图和志向远大的五年目标。我们的二氧化碳排放量已减少48%，目前正朝着一次性塑料零使用率奋进。

2021年虽仍在防控疫情，但凭借我们强大而成熟的发展，抓住疫情期间“享受家中”倡议所带来的机会，我们各个深受消费者欢迎的品牌均实现需求显著增长。

柯雅明显地感觉到这一积极势头，释放我们的积极能动性、创新和能量，

在公司各层级，对可持续发展议程秉持一种“实干”的态度。

紧抓时代发展脉搏，对企业来说，今天可持续性不再是一个次要考虑因素。可持续性发展已成为我们日常工作的一部分，我们也非常自豪地确保本企业继续保持可持续性发展。



丹尼斯·范斯奇  
(Dennis Van Schie)  
柯雅首席执行官

# 关键业绩指标结果



## 社会影响:

继续降低能耗, 并在一切可行的情况下利用可再生能源。

-20.3%  
节能

与2019年相比。这主要是由于疫情期间封闭停营。



3%

为可再生能源, 与2018年相比下滑1%。



26% +

2021年第一季度购买的可再生电量增幅。



## 包容性

与多元化目标:

逐步实现柯雅领导力层级男女比例相等的目标。我们目前 3-5 领导力职级: 总监到首席执行官的性别比例情况。

男性 73%

女性 27%

目标 50%



## 废弃物

-17%

总废弃物同比变化幅度。

-22%

危险废弃物降幅。

31%

回收利用的废弃物占总废弃物的比例。



## 会影响

3348.5

用于在社区工作中的小时数。

34%

已按照我们的行为准则评估的直接供应商比例。2021年及以后，我们将继续增加供应商数量。

39%

已按照我们的供应商行为准则评估的新供应商比例。



## 病假率目标：

监测病假水平，并了解可能发生的任何问题。



2.6%

病假率，目标为3%以下。



## SVHC更新

高度关注物质(SVHC)是指那些由于其对环境健康的影响最终会被禁用的化学物品。

下降 83%

含SVHC的原材料数量。

下降 97%

色膏量和成品数量。

该项目已显著减少本公司产品中使用的有害化学品(未被禁用)数量，从而降低对环境的影响。

# 战略 概要

## 全世界共同的目标



# 战略概要 人力资源



2020年我们最大的感悟是没有员工就没有公司；员工是公司一切活动的核心。随着许多同事都要经常在家办公，确保他们彼此以及在更广泛的公司范围内保持联系至关重要。

我们继续通过不间断的信息传播与并行学习，在公司所有层级和方方面面推动文化变革。

## 社会影响

我们继续融入当地社区。我们相信，为员工提供可参与的志愿机会会有助于培养和留住员工，同时还能吸引顶尖人才。即便在艰难的2020年，我们依然达成了每工作一百万小时，花在社区工作中3000小时的目标。

## 健康、安全与福祉

为全球社区提供一个安全、可持续的工作环境一直是柯雅的目标。2021年4月，我们召开了一次健康与安全的重要会议，重点强调在所有工厂推行积极的安全文化的关键举措。

我们旨在降低事故次数，并保护公司的重要资产——员工。



我们在所有工厂推行积极的安全文化。

# 战略 概要



## 包装

2020年，柯雅引入可持续包装指南，并已于2021年初施行。该指南将支持新产品开发，确保仅使用我们需要的包装。

我们致力于评估当前的包装组合，全面提高包装的可持续性。



## 负责任采购

我们致力于按照最高标准采购产品、材料和服务，在质量和成本上不断地推动改进。

我们的目标是在高度遵守环境法律与人权的条件下建立透明、道德的供应链，并从内外部予以审计。



## 减少废弃物

我们继续敦促旗下工厂减少废弃物，执行并监测严格的控制措施。尽管从事化工行业，但是我们确保柯雅运营期间不产生对环境造成不利影响的废弃物。



# 可持续发展 趋势

可持续发展是全球消费者关注的议题。事实上，此次疫情令企业价值观和活动的重心更加明朗：企业必须显示出其对社区和整个地球的关爱。

柯雅的目标反映出艺术创作对心理健康的积极影响；封锁期间，许多人开始培养艺术爱好，以减轻焦虑和无聊感。我们的美术社团 (Fine Art Collective) 专业团队通过在线教程对艺术家和零售商给予支持。

鉴于新冠疫情，我们还拟定了一个帮助员工平衡工作与家庭教育职责的计划。包括为员工子女提供基于Zoom的艺术课程，以此作为我们Elephant品牌活动的一部分。

反馈效果令人欣喜：

“这些课程太棒了，我七岁的孩子每天上两次课，这样我也有时间工作了。”



# Lindéngruppen 林顿集团

## 2021年回顾

我们的所有者林顿集团是一家专注于产业企业长期发展的第二代家族企业。该集团致力于打造旗下拥有的公司，使其成为在各自行业中迈向具有可持续发展领导力的企业。

通过扎根强大的价值观和长线思维，我们能够树立起有韧性且蓬勃发展的企业，这些企业独树一帜，积极参与解决当今世界所面临的一些重大挑战。正是这一信念，使集团上下团结一心。

我们齐心协力，积极优化环境和社会效益，并将负面影响降至最低。

我们旗下的每一家公司都必须清楚了解关键问题，以及这些问题如何随着时间推移被影响和改变。

放眼未来，了解并在我们的所有客户中推行可持续发展理念是优化效益的重要部分。



可持续的  
共同价值观。



明确的目标和  
行为准则。

# 我们的 业务



鼓舞世界各地的艺术  
家

# 品牌更新

## snazaroo™

- 我们已成功淘汰不易回收的低真空包装形式。
- 2020年9月，公司通过Snazaroo.com网站发布第一款可定制调色板，方便消费者在颜料用尽时补充。

- 作为公司减少一次性塑料使用量目标的一部分，我们目前采用来源可持续的纸板代替毛笔和18毫升罐装产品的塑料包装。
- 新款可生物降解闪粉系列将于2021年第三季度面世。
- 2021年3月，我们位于英国曼海德的新工厂转向使用可再生能源。



- 2020年第一次新冠疫情封锁期间，Lefranc Bourgeois专为所有居家隔离的消费者制定了一个由艺术家牵头的在线计划，名为 #StayCreative (#RestezCréatifs)。近期与该品牌合作过的多名法国和海外艺术家分享了绘画教程以及各自工作室在线观光游。居家的艺术家们受邀迎接挑战，并与该数字社群分享自己的作品。
- 继成为首个发布无镉颜料的品牌后（2017年Lefranc Bourgeois再次发布油画颜料），该品牌将科学专业知识延用至其水粉颜料系列，并于2020年发布首款无镉水粉颜料。本场发布会在300周年庆典上举行。此外，还在庆典上展示了伟大艺术家与该品牌的渊源，如画家马蒂斯（Matisse）对 Linel 高级水粉颜料（Linel Extra Fine Gouache）的喜爱。

- 该品牌确认其所有油性介质、清漆以及标志性的乙烯基 Flashe 颜料系列均采用玻璃瓶装。
- Lefranc Bourgeois 儿童学习用毛笔系列的大多数笔杆经FSC认证，进一步强化我们对可持续供应链的承诺。
- 自2020年起，套装的所有纸板包装均经过FSC认证。
- 该品牌已淘汰不易回收的低真空包装形式。
- 我们的大多数供应商均通过了ISO 9001 和 14001 标准认证。



# 品牌更新 丽唯特

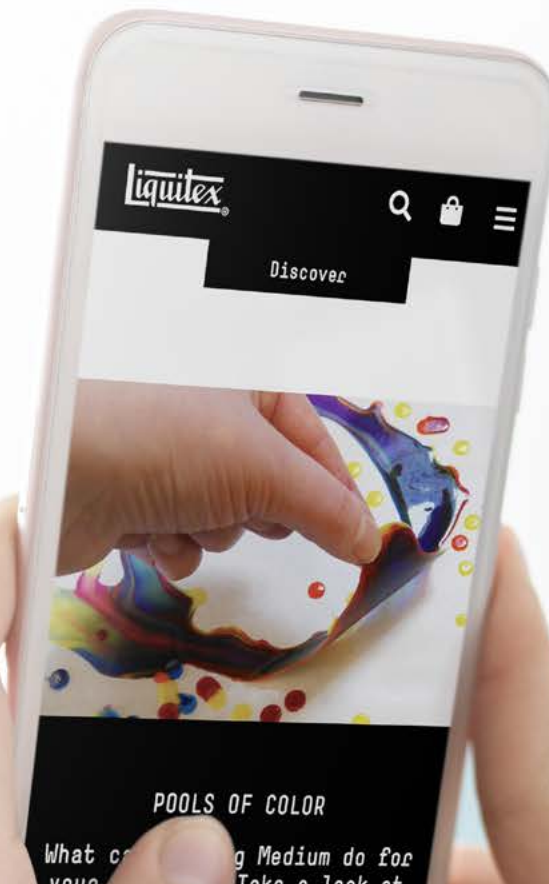


## 数字优先的沟通策略:

- 重点提供可根据渠道和受众类型调整的内容, 以确保覆盖范围最大、对环境影响最小。
- 增加虚拟展示 Liquitex Live, 限制对印刷外卖包装的需求, 同时覆盖更多人群, 提高参与率。
- 艺术家主导的内容捕获——艺术家聚焦 (Artist Spotlight)。制作设备寄给艺术家, 供其以在一段时间内捕获内容, 免除对单个制作拍摄的需求
- 通过影响人物计划、工作室合作 (In the Studio) 和艺术家聚焦 (Artist Spotlight), 与数字创作者建立长期关系

## 致力于成为更具包容性的品牌:

- 通过活动拍摄、影响人物计划和用户生成的内容, 支持才华横溢的新秀。
- 颂扬作品背后的个人艺术家, 以及跨越不同实践风格/类型、所用材料、种族、地域、年龄和性别的多元化艺术家群体。
- 实习培训计划提供工作室空间、材料和创意社区辅导的渠道。
- 社区建设与支持。
- 海纳百川——与各种机构合作, 为新秀艺术家提供支持和资金, 如 Black Art Futures Fund



## 包装改进计划

- Liquitex Basics 60 x 22 毫升套装将于2021年8月在亚马逊独家发售, 其一级亚马逊环保包装 (FFP) 计划已通过认证。
- 这是柯雅推出的一项新包装计划, 专为FFP设计的一套认证包装方案, 将发布产品开发和未来改进信息。
- FFP认证意味着:
  - 该产品的设计旨在减少废弃物, 无需亚马逊重复装箱或准备发货。
  - 采用居民回收废物包装材料制作。
  - 易开启, 包装简单。
  - 损坏和不良率最低。

# 品牌更新 温莎&牛顿



温莎 & 牛顿致力于在不影响性能的前提下提供可持续的替代产品。

- 2019年和2020年，我们成功地推出了无镉水彩颜料和油画颜料。在盲测中，艺术家们确认其性能与同类产品相当。
- 温莎 & 牛顿始终如一地秉持为消费者提供替代产品的精神，于2021年上市合成水彩画笔与油画笔。该产品的性能水平与我们的水彩画黑貂毫笔和猪鬃画笔相当。
- 与我们的无镉颜料一样，艺术家的反馈表明，在盲测中合成画笔的质量表现与同类产品不相上下。

- 大多数新款专业合成画笔系列的笔杆均经过FSC认证，使用的溶剂用量减少，进一步强调我们对可持续供应链的承诺。
  - 气候变化导致天然笔毛长期短缺，使得难以使用天然笔毛生产大号画笔，而上述系列的引用恰好解决了此类画笔的供应链问题。
  - 此外，温莎&牛顿还致力于完全可持续的包装。
- 所有新品均遵循最新的柯雅可持续包装指南。
- 目前，我们正重新推出整个纸品系列。确保所有材料都不来源于动物。

- 在专业马克笔系列中，我们正推出16个新款肤色，从而提供更多色调。其中包括修改我们的包装系统，使用回收塑料代替一次性塑料。
- 我们的大多数供应商通过了 ISO 9001 和 14001 标准认证。
- 自2021年起，水彩颜料套装的所有纸板包装将通过FSC认证，纸箱外不再包裹塑料膜，以便于回收。我们还完成了关于在不影响产品质量的情况下取消半块装水彩颜料的塑料包装的进一步调查。



我们80%的纸制品经FSC认证，40%采用可再生的水电能源生产。

# 品牌更新

## 温莎 & 牛顿



- 此外，我们近期开发的新学者入门绘画套装尽量避免使用塑料：
- 所有湿颜料套装的产品展示窗口无额外塑料薄膜。
- 在油画棒包装的正面纸板上印刷高品质照片，代替塑料腰封。
- 油画棒系列不再额外使用内盒包装。
- 2019年末，尽管成本高昂，但我们主动决定仅使用可回收材料制作吸塑包装。此通用规则现已成为所有柯雅产品必须满足的要求。

### 进一步发展沟通

#### 战略——颜料专家 无限可能

- 依据柯雅委托的品牌偏好调查，社区、教育、传统、创新和情感联系均是我们受众非常重要的要素，特别是在疫情期间。环境因素意识增强也对消费者与我们品牌之间的关系产生影响。
- 2021年初，我们继续开展油画颜料活动，重点宣传富有创意的无镉油画颜料和新款Winton颜料。两个系列均已获得认可产品标志，被证实对人无毒性且对人无害。
- 我们的“特别推荐艺术家”（Our Featured Artists）和“材料重要性”（Material Matters）等关键举措给了我们以真实、增长见闻的方式与受众交流的平台，制作作品，展示艺术家之间对我们材料的评价。

- 通过与价值观和我们想要表达的可持续性 & 环境观点相似的艺术家的合作，我们正采取初步措施使自己在这些问题方面保持一致。
- 2021年末我们将推出一项强有力的持续沟通计划，列述各项行动与举措，以展示我们的可持续发展举措并支持我们的社区践行其2022年及以后的环保承诺。



# 品牌更新 Elephant

可持续发展是Elephant在2021年全年及未来的重心。任何新项目或机会都会自我反思是否会造成环境影响，这已成为一种标准实践。基于此起点，我们将大力变革，勇于挑战现状，持续改善

成为数字优先品牌，是我们减少对全球环境影响的第一步。

大象学院（Elephant Academy）的在线学习课程就是一个不错的示例，与消费者建立有效联系，又无需出行或安排场所。我们发现，您可以在不损害客户体验的前提下创建可持续性。事实上，对许多客户而言，可持续性任意产品或服务的重要加分点。

我们的电子商务公司 Elephant Kiosk 已取缔包装中的所有塑料胶带，并将于第二季度末取消所有塑料外包装。在第三季度，我们将推出 Kiosk 出品的自有品牌可持续颜料套装。该系列颜料将采用普通铝管包装，贴有可回收的纸质标签并去除所有塑料模具。套装完全可定制，以减少废弃物。此外，我们还将制定安全回收铝管的免费回收计划。



Elephant 自有颜料品牌采用免塑包装。



# 品牌更新 Elephant

《大象杂志》(Elephant magazine) 现一年出版两期，采用经FSC认证的纸张以及碳中和印刷机印刷，完全可回收。在刊印杂志的同时，我们也为减少碳排放投入人力物力。编辑团队做过诸多可持续性方面的艺术项目，例如2021年春/夏期刊登了艺术二人组 Cooking Sections 的一则采访，探索让食品工业更环保的多种方式。

Elephant团队热衷于为慈善机构、非政府组织和当地社区做出积极贡献。比如：

- 负责监督2021年上半年向380所英国学校和学院捐赠200000支温莎&牛顿色素马克笔。马克笔受赠方非常感激，Elephant 收到了显著的积极反馈，

为小学生艺术教育做出贡献。今年晚些时候，我们将再次以美国东海岸的多所学校为目标，重启该计划。

- Elephant Space 向非洲的一所学校捐赠200多把椅子。
- 我们的所有产品均提供大幅度慈善折扣。
- 与伦敦市镇合作，在 Elephant Space 建设一个社区花园，以吸收交通污染物。
- 到2021年第三季度，通过我们与伊甸园造林项目 (Eden Reforestation Project) 的合作，每笔通过 Elephant 所下的订单都将为发展中国家植树造林做出贡献。

以上举措代表了 Elephant 发展业务的第一步，践行可持续发展的承诺，我们一切行事以可持续发展为核心。



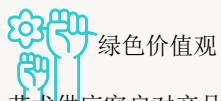
## Elephant 向慈善机构捐赠了300套马克笔

“这是一个极好的资源，尤其是对基础阶段的学习，提供了一种新工具。非常感谢！”



## 印刷《大象杂志》(Elephant magazine) 的碳中和印刷机。

# 消费者营销 与洞察



## 绿色价值观

艺术供应客户对产品可持续性提出更高要求。只有不到一半人已经回收材料（42%），而不是扔掉它们（25%）（资料来源：2019-2020年度柯雅可持续发展报告）。

他们认为，品牌应该从三个方面解决可持续发展问题：

- 减少包装。
- 增加可回收材料。
- 减少有毒成分。



## 以可持续性作为购买驱动力

四分之三的艺术家在过去两年内购买可持续性更高的商品（74%），36%的艺术家表示愿意为“更环保的”产品支付更多费用。

这是品牌实现差异化、促进情感投入和培养品牌忠诚度的重要机会。近三分之二的艺术家（64%）表示，他们可能对环保的供应商更加忠诚（资料来源：2019-2020年度柯雅可持续发展报告）。



## 满足消费者需求

艺术供应商认同需要做更多工作来满足监管与消费需求。从无镉颜料到可再装马克笔和可回收颜料铝管，尚有许多变革可以实施。

此外，零售商们也扮演重要角色，他们可以提供减塑产品，成为当地的回收点。



## 利用影响人物效应

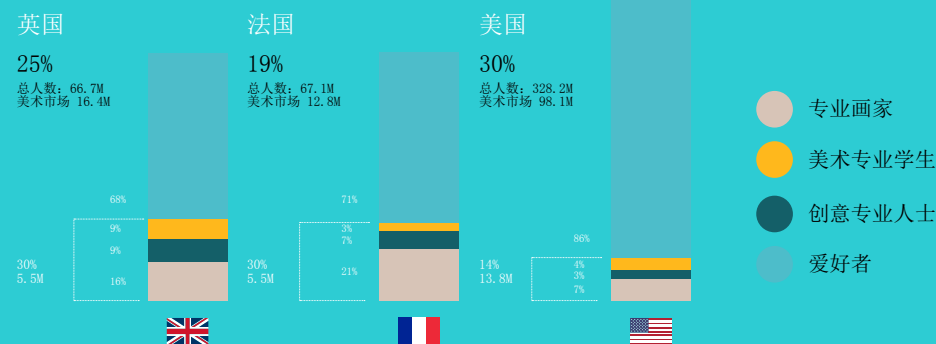
关键影响人物开始期待可持续产品，这很可能影响整个市场（资料来源：2019-2021年GFK品牌偏好驱动因素研究）。

职业人士

对专业艺术家而言，可持续性与产品性能同为重要的购买驱动力。

## 您知道吗？

我们发现，全球艺术参与度小幅升高。随着当前“居家”令延长，我们预计



# 管理



## 2020年，柯雅拟定了新的业务伙伴行为准则，进一步践行对政府的承诺

该准则旨在通过制定我们的业务伙伴应遵循的标准和实践，来强化柯雅负责任的商业议程。业务伙伴包含我们的供应商、经销商、零售客户、艺术家和我们接洽的任何其他人，及其供应商、分包商和供应链代表。

该准则规定了我们的业务伙伴及其供应链需遵循最高道德标准和商业实践的义务，比如：

- 遵守所有适用法律。
- 避免贿赂和腐败。
- 规避利益冲突。
- 确保不以影响决策为目的，不给予或收受礼品与招待。
- 公平对待所有员工，不聘用童工或强迫劳动。
- 在开发、生产、运输、使用和处置所有产品过程中最大程度减少能源和资源使用量，从而努力减少环境足迹。

该准则对柯雅内部员工行为准则予以补充，以确保整个供应链遵循我们所期望的标准。为确保对该准则的承诺，我们要求业务伙伴确认同意该准则与否。此外，业务伙伴与柯雅员工可以继续通过我们的独立在线报告门户网站 EthicsPoint 匿名举报任何违规行为。

我们继续更新登记册，该登记册用于捕获与竞争对手的任何互动并记录柯雅集团领导团队发表的声明。我们拟定了计划，确保在柯雅所有员工之间广泛推广该登记册，并辅之相关指导与培训。

全球诉讼和法人实体管理继续通过各自的门户网站与登记册集中跟踪，以确保法律和合规风险得到有效管理。

# 供应链

## 柯雅继续改善其供应链的透明度 以及与供应链的关系……



### 资源短缺

在2020年和2021年初，我们发现对有限资源的依赖程度升高。

柯雅启动了一项计划，通过被视为关键的原材料双重采购并在可行情况下寻找当地替代品，来降低依赖风险。

我们正在制定规划，以降低供应链压力并找到距离消费点更近的来源。这有助于避免空运。



### 包装变化

在可持续发展旅程的前进途中，我们对包装做出了重要调整。

旨在尽量取缔一次性塑料，并在幕后采取其他举措。

例如，我们已停止对集团内部发运的货物过度包装，尽可能去除内箱。发运客户订单的物料时，也采用相同方法。

我们的目的是减少此类材料的使用，尽管这种做法此时不可行，也要改用更环保的材料。



### SEDEX和我们的 行为准则

我们继续大步前进，确保合作伙伴与柯雅一样致力于可持续发展。

为此，我们已修改行为准则，以便其适用于我们的所有利益相关者（不论是上游还是下游），并继续领导供应链变革。

我们的所有工厂均已注册SEDEX。作为采购流程的环节之一，我们要求供应商注册一个关注劳工标准、商业道德、健康、安全和环境的在线社交数字交流平台。

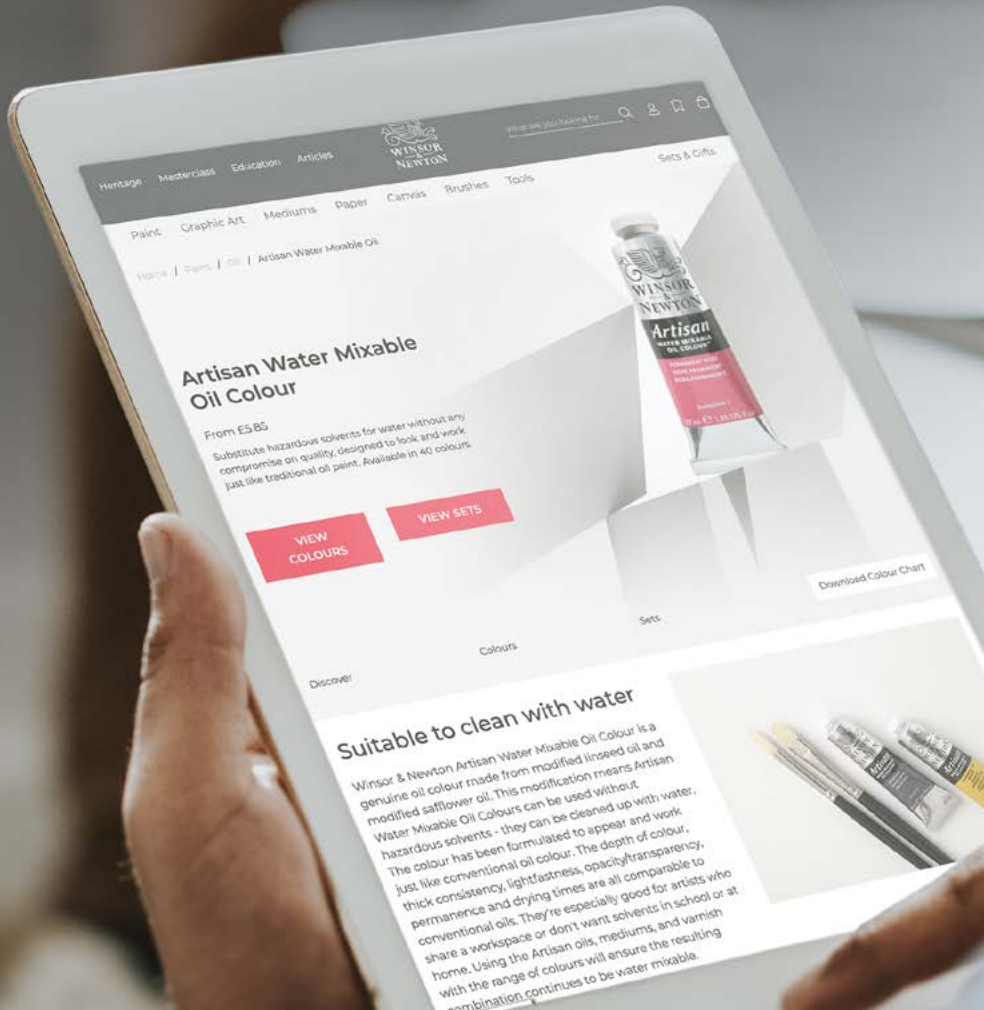


### 可持续性棉花

我们正在为内部所有棉织物拟定棉花采购政策。

该举措旨在鼓励在生产过程中遵循更优的水和能源管理实践。我们还旨在确保从对社会负责的来源采购物资。

# 数字化 转型



我们继续打造内部数字实力，提升整个公司各团队的技能



温莎 & 牛顿  
电子商务

2020年，我们在内部 WordPress 平台上重启 温莎&牛顿 英国、美国、澳大利亚和世界上其他地方的电子商务网站。

这是一个重大的里程碑，既促进简单高效，又节约10万多英镑的平台管理开支。迄今为止结果喜人，伴随消费者查询我们的产品，页面访问次数与停留时间都有所增加。



柯雅  
商贸

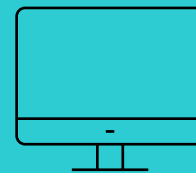
B2B门户网站“柯雅商贸 (Colart Trade)”上线是2020年的又一重要事件。小企业

如今可以更轻松高效地下订单，节省了人工纸质订单所耗费的时间与精力。

目前，该门户网站向英国和意大利开放；2021年将在多个其他市场上线。

我们的所有网站和柯雅商贸 (Colart Trade) 均依赖并由PIM提供支持。

这是所有产品数据的“一站式真实数据来源”，进一步提升了效率并降低复杂性。PIM现有一百多万数据点，2021年将继续趋于成熟。



平台管理开支节约10万英镑。

# 数字化 转型

## 数据驱动和以消费者为中心

我们的方法由数据驱动并以消费者为中心，是数字营销活动的关键战略重点。

将多个数据平台整合成一，推出消费者数据平台 (Consumer Data Platform)，以此简化数据访问，同时获得关于消费者的更有力的详细洞察，这有助于我们及时向不同目标受众提供更具相关性且始终如一的品牌传播。

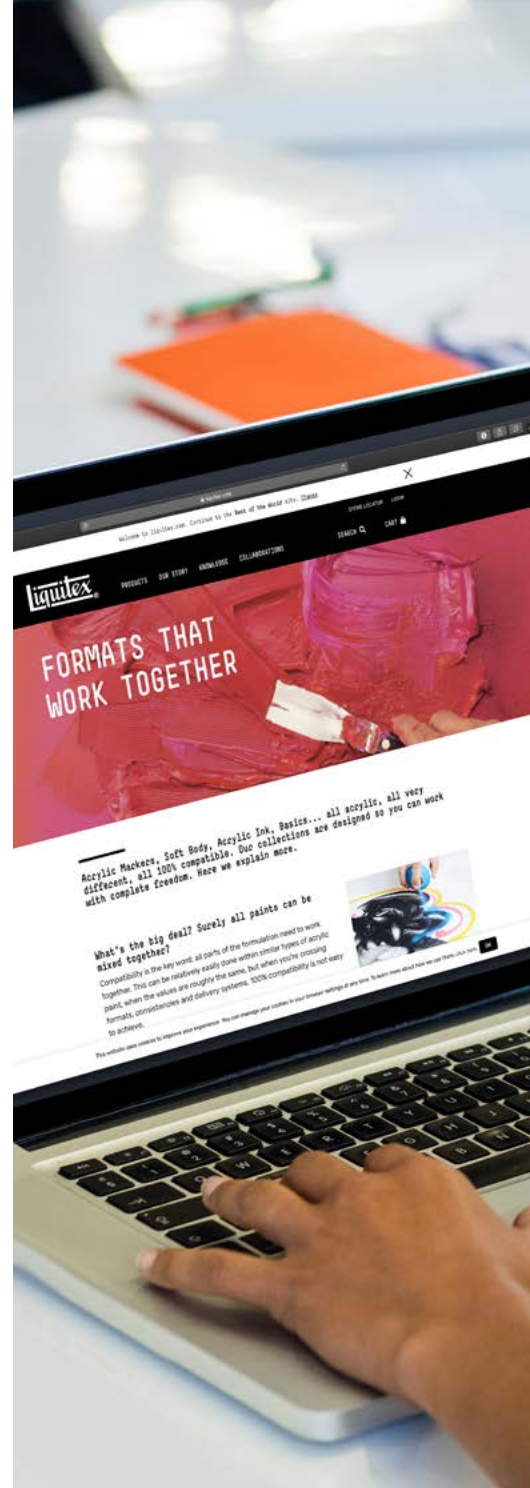
2020年期间，温莎&牛顿 和丽唯特 的所有消费者数据都被迁移至该平台。

2021年，Lefranc Bourgeois、Elephant 和 Snazaroo 紧随其后，相继迁移数据。

## 数字民主化

2021年，我们将启动在全公司范围内更广泛地推广数字能力的重要项目。除支持更多电子商务和直通消费者的举措外，该项目还包括提升品牌团队和本地市场的能力。

通过把数字化嵌入柯雅上下，我们将继续使市场营销活动走向成熟并具有前瞻性。



更深入地了解  
我们的消费者。



前瞻性  
营销，通过提高数字技能实现。

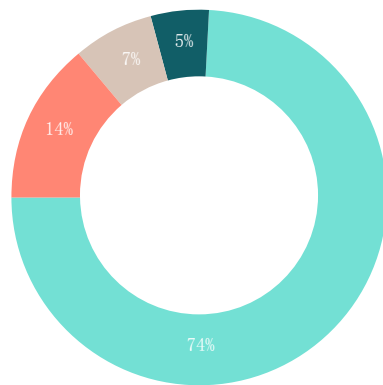
# 数字化 消费者维护

在2020年收到的所有问询中，有1.7%是关于可持续发展和社会责任。英国市场更加关心这些主题。而在各主题当中，大多数问题与尊重动物和环境有关。



## 道德与可持续性很重要

- Lefranc Bourgeois 的所有“可持续发展问题”都是关于动物性成分的使用。
- Liquitex 和 Reeves 的消费者主要关心有关素食产品的使用。
- Snazaroo 的消费者对产品安全及环保产品感兴趣。
- 温莎&牛顿 的消费者对环境及尊重动物表示同等关心，但他们也关注人权问题。



- 素食产品
- 道德与人权
- 安全性与产品成分
- 环境问题

## 地域划分

地理区域	按地域划分的问题总量	按地域划分的可持续发展问题
大洋洲	3%	4%
北美	40%	25%
欧洲	39%	52%
英国	17%	19%
世界其他国家	18%	31%

## 按品牌划分的可持续发展问题

品牌	# 可持续发展问题	% 每个品牌的可持续发展问题
Lefranc Bourgeois	12	1.1%
Liquitex	49	1.1%
Reeves	35	4.6%
Snazaroo	6	0.9%
Winsor & Newton	177	1.9%



Reeves 以及 温莎&牛顿 的消费者最为关心。

# 新产品开发

随着在柯雅上下推动文化变革，我们继续进一步将可持续发展融入到新产品开发过程中去。

在可行的情况下，对于新产品开发项目，我们寻求PCR管、R-PET塑料瓶等生态选项，并对生产设备做出必要调整来支持这些变革。

下列项目突显出我们为融入可持续发展所做的努力，并挑战产品中所用的材料：



## Lefranc Bourgeois

**Lino 墨水套装**——使用新的可重复使用编织袋代替吸塑罩；还开发纸盒套装来淘汰塑料窗。

**儿童礼物**——在可行的情况下，要求使用FSC盒子；考虑将来自中国和法国的零部件组装成套装的最佳地点，以最大程度减少两国之间的运输。

**水彩颜料套装**——现有的塑料盒改成更加耐用的金属盒。现已实施FSC纸箱包装；该纸箱可回收，并去除了纸质包装外的塑料膜。

未来可持续性改进包括去除半块装外的塑料包装，并用可持续的替代品代替。

吸塑罩——所有内部吸塑罩将来源于白色再生塑料。

**木版印刷入门套装**——建议装入FSC纸箱，所有材料放入一个原生棉袋内。

## Liquitex:

**高粘性**——调查继续使用环保(PCR)管装丙烯颜料；计划在生产试作且产品质量通过测试后进行试产。

**套装**——在可行的情况下，我们开发新套装并修改现有套装，去除吸塑罩，以减少塑料使用和套装足迹。此外，我们还研究了将可回收收缩包装用于所有套装。

**吸塑罩**——我们正用可回收的透明吸塑罩代替黑色吸塑罩，并在必要时为套装寻求可持续的替代材料。

## Crown Artist Brush:

所有包装不再含有邻苯二甲酸，以确保符合新法规要求

**邻苯二甲酸产品**——2020年全部迁移，以确保合规。

温莎&牛顿 新推出的两个画笔系列采用了外涂水性漆的FSC木笔杆。继而引发出一个项目，以逐步扩大FSC木笔杆和水性漆在我们所有现有核心系列中的运用。



# 新业务 开发

我们新设业务开发职能，该职能通过创意产业内的合作探索更长远的业务增长。

我们不仅研究此等合作的商业机会，还在所有讨论中积极融入我们的价值观，包括可持续发展议程。

因此，我们主动拒绝了与我们的可持续发展观点相冲突的可行商业机会。我们觉得在激发创造力的同时，为供应商的可持续发展品牌支付更多钱是值得的，因此增加与这些供应商的合作。

我们与印度初创企业 Viviva Colors 的合作就是一个此等合作示例。该公司开发出易于使用的超便携式彩色色卡。该色卡主要由超轻纸制成，为当地社区的女性提供了稳定的收入。

我们认为这是一个不错的示例，表明传播绘画乐趣的商业目的与公平的商业道德可以并行不悖。我们很荣幸与 Viviva 合作，成为其经销合作伙伴，从而为全球消费者带去该品牌与产品。

# 可持续 创新

为了与产品和环境可持续发展战略完全一致，我的新角色是促进我们品牌旗下新产品开发的可持续创新议程。

我们将通过专业知识和领导力实现这一点，给予全公司新转型的当地 I&D 团队指导；确保得出的工作流程与可交付和及时的目标一致。

我的另一个重要目标是与专家供应商（通过采购）和艺术家消费者（通过 TFAC）之间重新建立起更牢固的联系，以确保柯雅成为其使用可持续原材料方面的第一联系人，并促进新思维与机会。

关注此方面！



Cris Cosgrave  
可持续创新计划经理

# 我们的 员工。



## 柯雅方式



# 我们的员工…… 发挥重要作用

我们知道柯雅的员工为公司成功发挥了重要作用，因此我们重视每一个人的付出，无论是公司领导者、团队成员，还是个人贡献者。我们坚定不移地履行承诺，即在柯雅内外部培养员工并提升他们对参与可持续发展的意识。

## 领导力

我们相信，可持续发展的企业绩效从有效领导力开始。了解什么是好的领导力是一个不错的起点，如柯雅方式中所述，并明确了领导者的责任。

2020年，这一点变得更加明显，因为新冠疫情带来无法控制的元素，我们的领导者不得不学习如何在维持团队精神的同时保持专注。

合作、沟通与互联互通成为我们领导人的潜在行动号召，也是2020年我们全球领导力发展计划的核心。

该计划以引起自我意识和反思为基础，使我们的领导者意识到自己、团队和柯雅的共同使命。

## LEADERS PLUS

2020年，柯雅继续作为 Leaders Plus 的成员并对其给予支持，Leaders Plus 是一家社会企业，旨在帮助英国有年幼子女的人才发展他们的领导力事业。

配合柯雅灵活安排和支持，该计划为员工提供网络与辅导。

我们的承诺为渴望晋升管理岗位的新父母营造积极环境，就是最好的佐证。

2021年我们继续支持 Leaders Plus，并且该计划迎来了首位男性领导者。

“LeadersPlus 帮助我意识到，我可以同时做一位好妈妈和满怀抱负的领导者，不用心怀愧疚，而是激励自己去做更多的事。我想用三个词来形容我在柯雅担任职场妈妈的经历：

信任、灵活性和感同身受；这些让我成为一位更出色的领导者、更优秀的同事，最重要的是一位好妈妈。”

Cris Cosgrave  
研发经理（伦敦）

## 导师计划

2020年，面对面交流的情况减少，最初给我们的导师计划带来重大挑战。但通过在远程工作中学习，我们将多种辅导关系转移到线上，使该计划重新复苏。

这也让跨境辅导成为可能，作为我们合作与互联互通重心的一部分，2021年我们寻求加强跨境辅导。

此外，我们还强化了公司内网辅导平台，以改善对该计划的了解与参与性。



我们重视每一个人的付出



# 我们的员工…… 一日体验

2020年我们的一日体验计划因远程工作和保持社交距离严重受限，但我们依然吸引了50人参与。

该计划的优势

包括：

- 能够发现新工作。
- 理解同事们的挑战与需要。
- 共享知识。
- 创造社会与职业纽带。
- 改进内部沟通。
- 对组织的更好洞察。
- 彼此合作，打破壁垒。

“体验很好，对这一天很满意。一份能让我感兴趣的有趣工作。”

Guillaume Bouet, 法国

## Splash

敏捷的系统开发是柯雅工作方式的一部分。持续开发我们的全球人力系统 Splash，正是该方法的一个良好例证。2019年该系统被全面推广至各层级之后，

2020年，我们采取了下一步措施，通过整合绩效与发展功能模块来强化它。

该措施不仅消除了对独立绩效系统的需求，还提供了强化以员工发展为重心的机会。柯雅的所有直线经理都参与其中，以帮助提升讨论的价值。

Splash的审核流程增强也便于更好分析和跟进战略，尤其是继任计划。

2021年，我们将利用现有功能继续提升该系统的价值，

例如，实现直线经理请求自动化，使员工看到他们的全部奖励。

此外，Splash还为我们承诺遵守柯雅行为规范提供了平台：以所有语言展示，每位员工均可访问阅读。



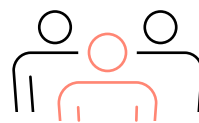
2020年继续直接招募新员工是向柯雅大家庭引入新血液的有效方式。



7933  
个小时用于  
为所有工厂提供培训。



# 我们的员工..... 鼓舞每一位艺术家



不到 25%

公司管理层多样化仍需进步。



40%

女性在公司管理层的占比超过40%，较2019年有所升高。

我们的愿景是鼓舞世界上的每一位艺术家。虽然品牌组合是该愿景的基石，但成功只会来自我们的员工，他们是发挥重要作用的一环。

为积极体现“家庭”的概念，我们知道必须履行对员工的承诺。这意味着我们必须营造一个健康的工作环境，该环境以尊重、尊严与合作为基础。只有这样，我们才能确保柯雅成为员工愿意工作的地方。

2020年开展了第二次全球性别薪酬分析。结果显示平均薪酬继续与大部分公司一致，本公司的薪酬中位数高于普通水平。

尽管较2019年取得了一定进展（尤其是在北美洲），但2021年我们将继续鼓励更多女性担任领导职位。我们将支持弹性工作与技能培养，提升多元化与包容性水平。

# 我们的员工... 我们的福利



在柯雅，我们致力于关注整个人。2020年是非同寻常的一年，却也为我们提供了履行该承诺的机会。

这一年，我们在所有行动与决策中将员工放在首位；我们知道，没有身体或心理健康，就无法实现目标。为响应该年度通过倾向调查收到的员工反馈，这一重点的核心是保持互联互通和人际关系。

尽管疫情带来重重挑战，但是能够在公司内协调诸多员工幸福力活动，令我们非常自豪。

与往年一样，我们的全球幸福力大使在履行着这些基层福祉举措，在“乐享工作”变成现实方面发挥着关键作用。

虽然包括瑜伽和艺术课程在内的许多员工活动转到线上，

但各个业务单元也发现了在公司内外支持员工的创造性活动方式。譬如，将北欧空置的办公室提供给在家缺乏场地的学校老师，以便其在线授课。

**被距离所分隔，保持互联互通是当务之急。**

2020年，家庭教育影响了我们的许多员工。为应对这一挑战，我们为不同年龄段的学生开设了为期八周的艺术课程。在此期间，近600个席位预留给普通学生。

在柯雅法国公司，我们的员工主动清理现场，营造出团队意识与环境价值。



# 我们的员工……

## 健康与安全

健康与安全，人人有责。2020年我们将该职能下放，使每个工厂对其场所的健康与安全掌握充分的自主权。

2021年，我们召开了一次关于健康与安全的重要会议，使用下方的评分标准表分享观点并进一步达成一致意见。这有助于柯雅制定活动计划，改进企业文化和健康与安全管理体系。

### 人力资源

- 在各工厂之间明确传达本地责任。
- 提高能力，投入人力物力培训所有员工，并保留清晰的记录。

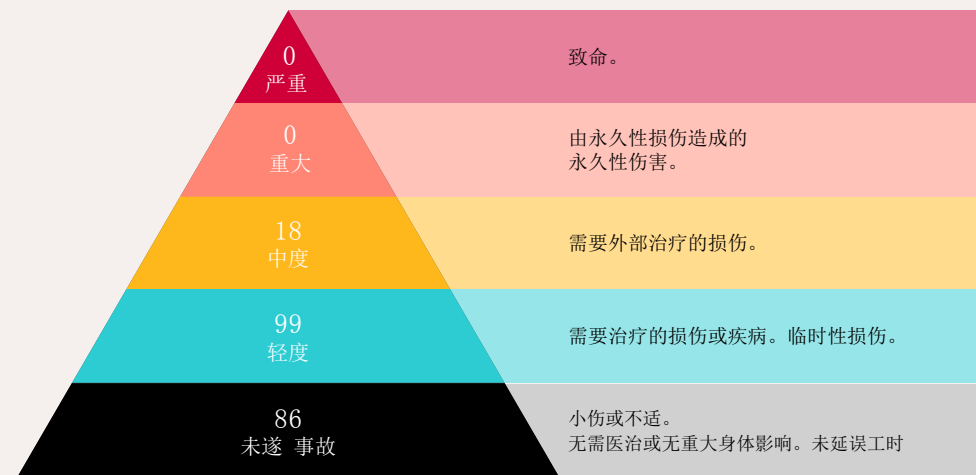
### 政策

- 在全球指导下分散职责。
- 以地方法规作为最基本的共同最佳实践。

### 流程

- 鼓励更加开放；可能导致初期未遂事故和轻度事故报告增加。我们的目标是消除所有轻度事故。
- 当地调查与报告，经同意的纠正与预防措施；当地健康与安全委员会监控进度，并由当地管理部门监督。
- 明晰的上报流程
- GLT和董事会层级收集并审核月度和季度数据。

### 2020年度事故报告



所有工厂达到零事故率的目标。

# 我们的员工…… 评分标准表

## 人力资源

## 流程

沟通	行为	培训	所有权	管理	指南文件	工具	事件
<b>第一级知晓</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康安全旅程说明（愿景、使命范围）</li> <li>柯雅方式（安全文化）</li> <li>认知视频</li> <li>技能识别（培训矩阵）</li> <li>个人理解（入职培训）</li> </ul>				<b>第一级知晓</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>现场工作组</li> <li>Ethics Point 举报渠道</li> <li>色码分区</li> <li>风险评估</li> <li>事故报告</li> <li>KPI对所有人可见</li> <li>委员会会议</li> </ul>			
<b>第二级管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>增加标识</li> <li>健康与安全视频</li> <li>统一的安全信息</li> <li>工作前安全会</li> <li>遵循色码</li> <li>技能识别（培训矩阵）</li> <li>个人 - 每个负责人（激活）</li> </ul>				<b>第二级管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>安全巡视</li> <li>内部审计</li> <li>共享知识</li> <li>工作组巡视</li> <li>供应商审计</li> <li>政策指南纪律</li> <li>计划、执行、检查、行动（PDCA）</li> <li>Lindéngruppen 健康与安全会议</li> </ul>			
<b>第三级参与</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>我们是谁，我们做些什么</li> <li>在线学习平台</li> <li>健康与安全战略/新闻简报</li> <li>健康与安全测验/实情</li> <li>员工参与</li> <li>文化嵌入</li> <li>开展在线学习</li> <li>风险评估</li> <li>认知（视频等）</li> <li>团队 - 安全主管（参与）</li> </ul>				<b>第三级参与</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>与更广泛的受众共享知识</li> <li>文件数字化数据库</li> <li>在线学习视频等</li> <li>承包商安全日</li> <li>安全周</li> </ul>			
<b>第四级合作</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>安全吉祥物比赛</li> <li>6条黄金法则</li> <li>安全观察KPI</li> <li>安全检查表（由操作员签名）</li> <li>进修培训</li> <li>集体风险评估（赋能）</li> </ul>				<b>第四级合作</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>LG基准测试</li> <li>LG基准测试</li> <li>人为失误管理</li> <li>表彰并庆祝成功</li> </ul>			
<b>第五级持续改进</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康与安全案例研究</li> <li>LG协作</li> <li>外部基准 认证</li> <li>零事故愿景</li> <li>跨LG学习</li> <li>外部集体评估（建设）</li> </ul>				<b>第五级持续改进</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>LG事故 共享</li> <li>LG政策共享</li> <li>工业 4.0</li> <li>外部荣誉事件</li> </ul>			

# 合作关系与 慈善事业

## 协作



柯雅很高兴分享我们支持的一项举措，该举措与我们“鼓舞世界上的每一位艺术家”的愿景和支持社区重点项目的价值观不谋而合。

本次疫情给伦敦西部的许多儿童与青少年带来了挑战，尤其是处于弱势环境下的人群。为帮助激发创造力并通过电脑屏幕学习，

- 前身是维多利亚时代英国著名画家弗雷德里克·莱顿 (Frederic Leighton) 的旧居和工作室的 Leighton House
- 与 温莎&牛顿、伦敦西区及肯辛顿和切尔西行政区儿童照护服务中心 (Looked After Children's Services) 合作，创作了“艺术时间” (Time for Art) 礼品盒。

每个纪念品艺术盒包含一组独特且附指南的实用艺术品与工艺品项目，这些项目与 Leighton House 合作，从画笔到纸张、颜料、墨水、铅笔和钢笔，包含做每一次活动所需的全部材料。

艺术家 Ayesha Gamiet 和 Laurelie Rae 为“艺术时间”设计了原创艺术项目。每个盒子都是一份礼物，以金色丝带装饰，旨在带去轻松快乐，鼓励创造力和自我表达，并支持

技能培养，了解不同媒介、技术、艺术品和创作人，以及 Frederic Leighton 爵士和他的旧居 Leighton House。

当 Lindéngruppen 的董事会成员向 Leighton House 博物馆之友 (Friends of Leighton House Museum) 的主席安东尼·维雷·CBE 先生 (David Verey CBE) 引荐我们的首席执行官丹尼斯·范斯奇 (Dennis Van Schie) 时，这一绝佳的机会出现了。之后，我们在英国商务、营销、配送和仓储部门成立了一个工作组；由TFAC 和 温莎&牛顿 全球沟通部执行该项目。



# 地球保护



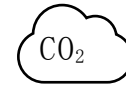
郑重的承诺

# 足迹

## 与2019年相比

我们的评估结果显示2020年较2019年排放量大幅减少，我们还将总结过去12个月中进一步降低排放量的最佳实践。

增加可再生能源采购量的计划正在所有工厂有序进行。空运是我们最后的选择。主要工厂持续改进将确保我们高效行事，产生更少的废弃物



48%

集团整体排放量减少幅度



勒芒减少了

43%



天津减少了

46%

### 运费

因统一发货，范围3的运费大幅减少，这意味着出货量减少（有待进一步改进）。因空运比例降至最低，物流（勒芒）产生的二氧化碳当量减少2000吨。范围3的排放量占总体排放量的55%，包括废弃物、水和货运。

### 能源

美国的能源使用量大幅减少。继续增加该工厂的可再生能源采购量，预计2021年范围2的排放量显著降低。

### 废弃物

因使用的化学品性质，我们的大部份废弃物采取焚烧方式处理。这是一个重点工作领域，而且我们拟定了减少产生危险废弃物数量的计划。

范围1 涵盖拥有或控制的直接排放源。

范围2 涵盖产生报告公司所消耗的已购电力、蒸汽、采暖和制冷的间接排放源。

范围3 涵盖公司价值链中产生的所有其他间接排放源

# SVHC 与监管

《欧洲绿色协议》(European Green Deal) 是欧盟委员会颁布的一套政策措施，其首要目的是到2050年实现欧洲气候中和。

两个发展领域将对消费化学  
品行业产生重大影响：

- 动员行业实现清洁和循环经济。
- 为营造无毒害环境设定零污染目标。

尽管对无毒害环境没有明确的定义，但预计立法变革将继续影响我们面向消费者的危险品宣传，并推动创新，以减少我们的危险化学品足迹。

柯雅可持续发展目标的监管KPI将从我们的配方中去除所有高度关注物质 (SVHC)。在此旅程中，我们已取得长足的进步。

须在SDS中报告含量超过0.1%的成分，并遵守任何日落日期。柯雅将更进一步，主动从我们的配方中去除SVHC，且不用于任何新产品。



67%  
减少量

在含SVHC的原材料  
数量上



83%  
减少量

在含SVHC的  
色膏量上



57%  
减少量

在含SVHC的  
产品数量上

# 社会影响



柯雅继续给予每位员工每年一天的时间来参与社区活动。2020年处处艰难，我们的许多工厂所在位置实施新冠疫情封锁，导致继续执行这一举措难上加难。

我们在中国上海的团队成员与公益组织机构合作为疫区儿童进行艺术品慈善拍卖。

天津团队成员为星童自闭症儿童发展中心捐赠美术产品。

英国曼海德团队参与：Gaynor Smith、Lucy Franklin、Julian Hooper、Mandy Rich、Christine Watts 和 Paul Ruston 在这一年完成了多次活动。

其中包括每周为因新冠疫情隔离的群体购物；村务委员会会计职务；Rainbows 领导力培训；家长教师联谊会管理职责；为 RNLI 筹款；及乳腺癌研究。

每工作一百万小时总共贡献2833小时参与公益或社区活动，这是艰难的一年里取得的巨大成就。



## 2833 个小时

每工作一百万小时  
贡献的小时数。

# 重要性

上一次评估是在2018年。尽管之后发生了许多变化，我们的重点依然相同，但部分领域的优先级有所提高：

## 包装

对我们和重要客户而言重要性均已提升，包括亚马逊和WHSmith。去除、减少、重复使用和回收，是我们可持续包装指南的构成部分。此外，法律也将影响我们产品的包装方式。

## 幸福力计划

2020年向我们展示了员工幸福力计划的重要性及其为何是我们的工作重点。

## 碳足迹

减少碳足迹对于地球的存续势在必行，也是我们客户眼中的关键优先事项。2020年，我们测得碳足迹显著降低，部分原因是新冠疫情所致的强制性更改；我们必须保持这一趋势。

## 品质

对我们的终端客户而言，这是一个关键优先事项。它是我们自身价值观的同义词，对于公司的成功发挥关键作用。

## 创新

我们的使命是成为“最具持续性、以消费者为导向的创意品牌之家”。

## 数字化

2020年，数字化的重要性突显。我们在运营中认识到了这一点，推出B2B平台以及在所有业务单元继续实施统一的ERP系统。

## 监管

法律持续变更，我们必须迅速适应，以确保产品在所有市场合规。



## 碳足迹

是我们客户眼中的关键优先事项。



## 品质

仍然是我们客户眼中的优先事项。



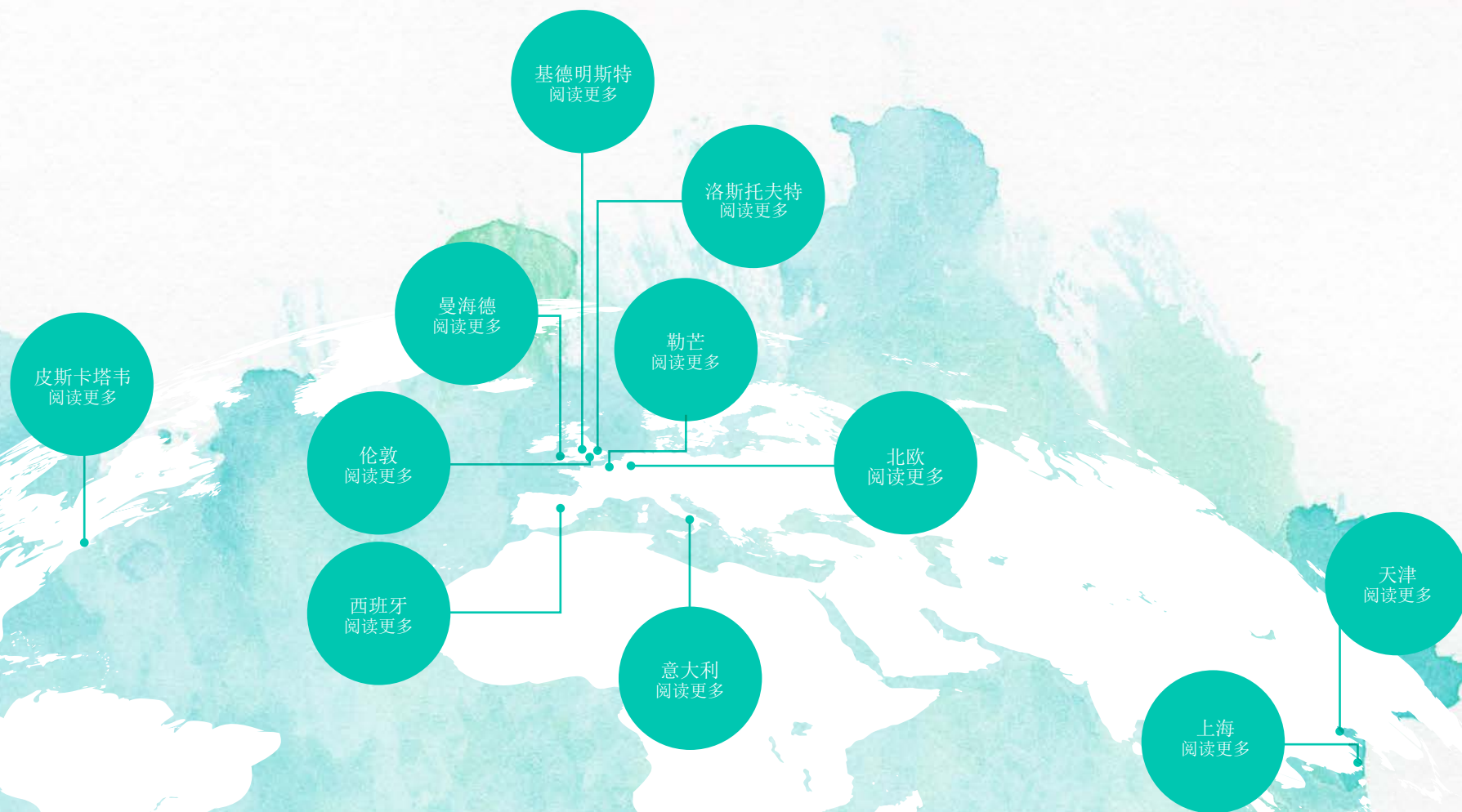
## 一个系统

所有业务单元采用统一的ERP系统。

# 重要性 优先级矩阵



# 地域故事



# 地域故事 伦敦



2020年，随着我们将线下活动转至线上，对幸福力计划而言这是充满挑战的一年

## Snazaroo万圣节

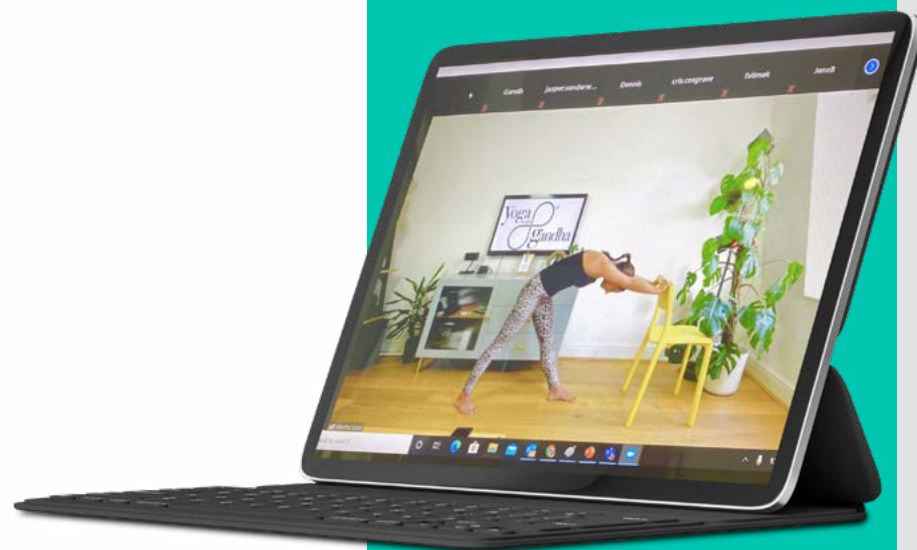
为庆祝万圣节，我们邀请员工们一起参加 Snazaroo 万圣节人脸画像在线大师班。专业脸彩画家 Emma Munro 教我们为万圣节快速创作几款实用设计的方法。

## 圣诞礼篮

新冠疫情意味着今年我们不能像往常一样庆祝圣诞节。因此，伦敦幸福力团队决定向伦敦总部的员工发放节日礼篮或食品抵用券来欢庆节日。

## 桌边瑜伽

2020年5月，我们首次邀请伦敦的员工一起庆祝“心理健康意识周”。我们开展了一次在线桌边瑜伽课程，取得巨大成功。之后，一年中每周三都在持续这项活动。



# 地域故事 皇冠（洛斯托夫特）



- 我们改进了多个位置的光照与气温效果，使用现代双层玻璃替代品取代此前所用的不透明且密封的单片玻璃窗户。
- 在笔头制作区改用有色玻璃天窗，冬季提供最佳光照，夏季提供防眩光条件，进一步改善了工作环境。
- 现在，建筑内部照明大约80%都是LED灯。损坏的部件被替换成环保替代品，覆盖范围扩大；营造更美好、更明亮的工作环境对于细致工作至关重要。
- 更换后以玻璃隔断分隔的工作台提供一个更宽敞的专业环境。
- 改造了各车间的卫生间设施，包括节能干手器、温控水系统、双冲式冲厕水箱和LED灯具。
- 更换地毯，采用回收办公家具，使办公室更现代化、整洁、清新。



80% LED  
照明

建筑内照明（大约数据）。



建筑能效

从新的双层彩釉玻璃到有色天窗，我们改进了建筑内的光照和气温效果

# 地域故事

## 基德明斯特

### 环境

我们正在城市土地边界内1600平方英尺左右的废弃土地上打造一片自然美景。那里有一个大獾穴，我们正安装一台摄像机来监控獾的活动情况，也可能吸引其他野生动物。员工们会利用自己的时间开发这里。

### 当地举措

我们正积极寻求用土豆淀粉制作的包装替代品来取代所有塑料包装袋。目前，塑料袋在转盘领料线上使用，并用于某些亚马逊订单的单个装袋。

通过要求柯雅勒芒公司无包装袋交付六包温莎&牛顿墨水，我们节约了时间与资金。如今，这些墨水散装在托盘内运输，去除了收缩包装/纸箱包装。

出现剩余后，我们从柯雅勒芒公司处收到的欧式托盘现被换成可对英国客户使用的标准托盘。

自2017年8月以来，基德明斯特公司一直保持零填埋记录。除回收外，我们还收集物品并捐给慈善机构，包括瓶式过滤器、验光眼镜、电池，并为无家可归者提供洗漱配套用品。

无法现场改作它用的旧IT设备由专业回收公司收走，然后提取贵金属和可重复使用的零部件供未来使用。

近期引入的B2B门户网站支持客户自行下订单，为销售库存、运营和采购部门节约了时间，纸张订单减少。我们相信，这种情况还会持续。

我们通过电子邮件向客户寄送发票，节省了邮费、纸张使用和不必要的打印。近期将客户的缺货订单集中发货的举动进一步削减了对多份纸包装便签的需求，提升了该流程的效率。

### 鼓舞每一位艺术家

我们继续鼓励员工及其家属提交自制艺术品与工艺品，在我们的金棘草画廊(Goldthorn Gallery)展示。我们已顺利收到近期举办的感谢卡设计投稿。我们向参赛者发放一小袋产品，帮助创作艺术品。

三款获奖的设计被印在A5卡上，附上柯雅勒芒对当地企业和医疗机构在疫情期间所给予支持的感谢辞，然后亲手交给他们。

之后在2021年，我们将开办艺术课程，参与的员工将学习使用水彩画颜料和丙烯颜料，并将完成的画作带回家。



公司仓库有一棵六英尺高的雕刻树，员工们在五颜六色的树叶上写下可持续发展建议，这是一件美丽的交流艺术品。

# 地域故事 曼海德

尽管经历了不平凡的2020年，柯雅在曼海德的新工厂建造顺利完工。

设计由总经理和办事处经理内部完成，与生产流程相整合，以优化效率。

对于无法由内部完成的工作，该公司在可行的情况下聘请当地手艺人和企业完成。这进一步向当地社区传递出积极讯息，让他们认为此开发新厂对小镇而言是好事。

从建筑构造、机械和电气装置到能源和水，该建筑的所有方面均从可持续发展的角度出发。

## Wimbleball 徒步活动

幸福力团队为曼海德的员工安排了一次荒野徒步活动。相约 Wimbleball 湖后散步到水库，赶走疲劳神清气爽。

Wimbleball 湖坐落在埃克斯穆尔国家公园 (Exmoor National Park) 内，是一个供水水库。这座水库建于1979年，为蒂弗顿和埃克塞特供应饮用水。

这是一次轻松愉快的散步，沿途可以看到美丽的乡村景观、野生生物和 Wimbleball 湖。我们还非常幸运地观看了划船俱乐部练习帆船和皮划艇，然后在水库停下脚步迅速拍照，返程喝一杯热饮，就此结束早上的旅程。

## 急救用品捐赠

Snazaroo 将11个独立部门整合到新建筑内时，导致急救用品大量剩余。尽管已预计到此情况并削减了用品量，但依然剩下很多。因此，我们询问了社区意见。

首先，位于沃切特的 Girlguiding Hut 需要急救包，用于他们在户外探险时携带。

然后，剩下的用品捐给了所在当地的培训提供商，其为社区提供免费急救课程。他们称：“任何过期产品均可用于我们的培训，而仍

在保质期内的产品将被送到肯尼亚。”

## 简言之……

- 升级改造旧工厂的家具
- 3个充电点。
- 有顶棚的自行车停车场，鼓励骑行上班。
- 在旧工厂曾使用一辆面包车在各部门之间穿梭，但如今一切整合到同一个屋檐下，不再需要面包车。
- 我们已经从使用纸箱改为重型可重复使用的箱子搬运各工厂的货物，以减少废弃物。
- 目前，正尝试采用新方法储存和堆放18毫升颜料，以减少塑料袋的使用。

## 司标支持

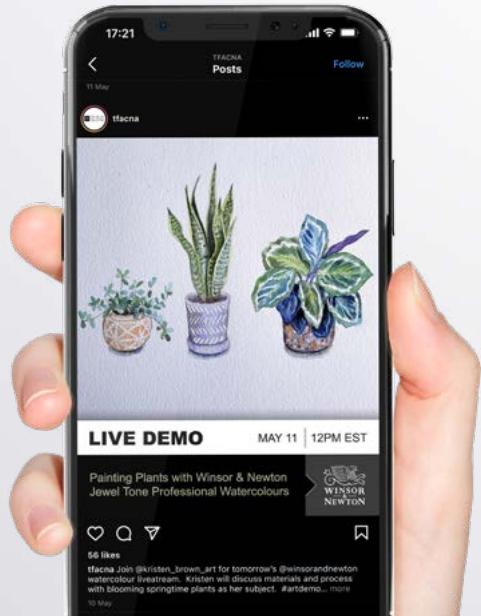
为了彰显我们对当地慈善机构和倡议的支持，我们正将公司标识的照明调到合适程度。



# 地域故事 皮斯卡塔韦

作为以消费者为导向的可持续创意品牌之家，回馈我们工作和生活所在的艺术社区至关重要。

在北美洲，我们真正加快了在各平台的在线学习速度，无拘无束地接触各类创意人才……



## 艺术材料教育

- 北美洲美术社团 (The Fine Art Collective North America, TFACNA) Instagram 直播——到2021年6月底，我们将在TFACNA上举办40多场直播。每场的实时观看次数平均仅30次，但结束后的观看次数超过600次。这些直播载于 TFACNA IG 频道，方便随时访问。
- TFAC讲座面向艺术类学生。
- Michaels Zoom 课程 (2020年6月至2021年6月)，共38次 Zoom 课程。平均实时观看人数400人 = 过去12个月的实时观看次数超过15000次左右，每场在Youtube上的平均重播次数为1200次，因此总观看次数超过45000次。
- 协会——我们正与北美的多个重要艺术协会重建关系，并从召开一系列材料研讨会开始，纽约植物协会的水彩画颜料研讨会是迄今为止召开的重要研讨会之一

纽约市植物学会。

- 在 Facebook Lives、Insta Takeovers 和 Zoom 课程方面与我们的零售商合作。

## 合作关系

温莎&牛顿 在北美与 ArtBridge 开展合作。温莎&牛顿 赞助了“Not a Monolith”项目，这是一次与 Facebook Open Arts (@facebookopenarts) 和 We The Culture (@wetheculture) 合作举办，且即将启动的公共艺术与专业发展活动。Not a Monolith 的目的是提升黑人的呼声与观点的多样性，展示黑人的身份比其传统意义更加复杂、微妙和丰富。

五位来自纽约的新兴黑人艺术家将通过公开征集流程选出，并在

纽约市的重要公开场所为其提供户外画布，艺术界专业人士一对一辅导和当地社区组织给予的支持。

ArtBridge 赋能新兴艺术家改造公共场所。纽约市目前有长310英里的街面建筑脚手架。自2008年以来，ArtBridge 将这些原本未被充分利用的空间变成当地新兴艺术家的画布。ArtBridge 是一家设立在切尔西的 501(c)(3) 非营利组织。更多内容，请浏览网站 [art-bridge.org](http://art-bridge.org)，

并访问我们的 Instagram 页面 @artbridge。



Michaels Zoom 课程在过去12个月的实时观看次数已超过15,000次

# 勒芒

与世界上所有其他地方一样，2020年这里同样遭遇了新冠危机。

在这段无法预计的时期，勒芒的团队积极响应，始终坚持“以人为本”的主要目标。

尽管面临不利环境，但停业几周后重启运营并全速为满足客户需求服务。此次停业并未产生任何影响。为了实现更加可持续的经营，我们做了以下努力，比如：

- 启动光伏屋顶停车场项目，为该工厂提供所用能源的5%，包括为两辆汽车和多辆电动车提供电力。
- 2021年1月1日起改为执行100%绿色电力合同。
- 取消客户包装内的塑料使用（改为纸板填充）。
- 通过植树进一步改善生物多样性。
- 发展在家办公（碳排放影响与无纸化办公趋势）。

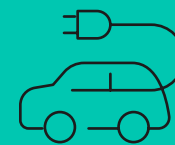
柯雅法国公司勒芒商业部门将其社会影响工时用于开展许多活动，包括：

- 与 The OsmOsons 协会合作，促进艺术专业之间有序交流，以分享和推广这种有力的经济与社会发展方式。
- Plein Champ 街头艺术节。
- 以产品和研讨会等方式，为当地学校提供支持。
- 老城区画家协会。



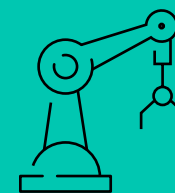
## 100%绿色能源

2021年1月以来。



## 光伏屋顶停车场

为两辆汽车提供电力。



## 自动机器人

公司员工不再需要搬重物。

# 地域故事

## 意大利



### Lefranc Bourgeois 300 周年

我们与《InsideArt》杂志的合作是该品牌300周年纪念诸多活动的内容之一。

合作内容包括一年期间开展的各类活动，并在罗马 Fondamenta Gallery 画廊举办的为期两周艺术家驻留活动上达到高潮。

此次活动通过 InsideArt 社交媒体渠道在线传播，并在两份新闻简报和柯雅意大利网络内发布。

若要符合驻地艺术家资格，年龄必须在40岁以下并且是意大利居民。在130多份申请中，专业委员会评判艺术家的作品并选出了两名获奖者——Alice Faloretti 和 Lorenzo Pace。

“深蓝 (Deep Blue)”是此次驻留活动的主题。蓝色是该品牌历史上的特征颜色。艺术家的任务是通过实验、研究、技巧和构图，创作出一份展现蓝色的重要性与表现力的作品。

除为期两周的驻留活动外，还为罗马美术学院 (Rome Fine Art Academy) 的学生安排了工作室参观以及驻留艺术家 Guido D' Angelo 的展示会。



超过 130  
名艺术家申请参加  
驻留活动。



驻留2周  
罗马 Fondamenta  
Gallery 画廊。

# 地域故事 西班牙



## Liquitex 与《宫女》强强联合：马德里美术馆项目

西班牙画家迭戈·委拉斯凯兹 (Diego Velazquez) 1656年创作的《宫女》(Las Meninas) 是艺术史上对现实与幻想提出质疑的著名油画作品。

如今，通过一年一度的“马德里美术馆宫女项目 (Meninas Madrid Gallery Project)” 将其带入现实之中。每年在马德里街道与广场上展出50幅不同的《宫女》画作。

该展出由艺术家 Antonio Azzato 设计并获得马德里市议会支持，这些《宫女》画作给街道增添了艺术与缤纷色彩。

2020年，为庆祝 Liquitex 成立65周年，我们聘请当地艺术家 Maria Cabanas 绘制一幅由 Liquitex 赞助的《宫女》，以展现 Liquitex 65年的品牌与艺术传统。

全部50幅《宫女》将进行拍卖，筹得资金捐给食物银行。

结果是“Infanta Tatuada”。纹身师与艺术家 Maria 运用纹该雕塑时的幻觉。部分经典元素包括天鹅、玫瑰，以及 Liquitex 创始人亨利·利维森 (Henry Levison) 的经典名言。



# 地域故事

## 北欧

### 每个孩子都值得过一个生日！

荷兰有成千上万个孩子没钱过生日，Stichting Jarige Job 通过向这些孩子发放生日礼盒来帮助他们。今年，我们捐了300个 Snazaroo Princess 套装，放入该生日礼盒内。

### 几近空置的办公室

疫情封锁导致大多数北欧员工在家办公。北欧团队将空置的办公室提供给小学教师上网课以及荷兰导盲犬协会 (Dutch Guide Dog association) 进行实操训练。

### 回收IT设备

清理过后，我们回收了1台服务器、4台个人电脑、3台笔记本电脑、7台移动设备、34部电话、8个适配器、86根电缆等等，总重量达176公斤。我们将这些设备出售给一家回收公司，所得钱款全部捐给 WWF

### 支持切尔诺贝利的儿童

我们继续支持 Hilfe für Tschernobyl-geschädigte Kinder e.V.。该基金会会在核泄漏灾难后支持切尔诺贝利的儿童。今年，在DIY客户Bauhaus的支持下，我们捐献了12托盘的创意产品。

### Pardoes别墅

Pardoes别墅为有重病儿童的家庭提供住宿，让他们度过一个难以忘怀的假期。由于无法照旧召开研讨会，我们无法捐款，荷兰团队筹集了300欧元捐款取而代之。

### 团队幸福力

11月，我们在 Teams 上召开了一次团建直播会议。此次会议有近30位团队成员参与，由 Mirjam Martinovic 和 Robert Rost 主持。我们每个人在一起精心制作了美丽而喜庆的蝴蝶。



福祉：幸福力新常态！



# 地域故事

## 天津

通过全体员工付出的巨大努力，天津柯雅成为

天津南开区疫情后首批复工的非民生行业的企业

工厂通过审核，说明其管理改善，包括：

- SMETA
- ISO 9001
- ISO 14001
- ISO 45001
- 由天津安监局颁发的安全标准化认证。

通过安全巡检与CTAM智囊库项目，推动持续改进。

部分突出示例：

- 安全整理升级纯水设备前的包装材料存放区。
- 为提高交付速度，仓储物流部优化了存放区。
- Cotman歌文水彩管尾批号改造喷码，使得印字不清楚，字体不全，露尾胶等原因造成的产品不良率降低3%。
- 研发出采用倒冲的方式进行系统中的加工单发料程序，以提高效率和数据输入准确率。
- 制定托盘回收标准；说明其使用情况；努力降低成本。
- 因产品换型而报废的原材料回收利用。

2020年幸福力计划主要在线上开展，

如心理健康和生理健康网络研讨会、分享故事以及创意作品竞赛

——在最困难的这一年中，为所有天津员工赋能。

同时，我们从未停止公益工作并继续扩大我们的社会影响。这让我们履行社会责任，为社区活动做贡献。我们的努力在2020年获得了回报，荣获天津南开区政府颁发的“文明单位”称号。

全年开展的活动：

2月份

新冠疫情期间，协办艺术慈善拍卖会

4月份

向星童自闭症儿童发展中心捐赠美术产品。

5月份

为贫困地区学校的学生提供公益绘画教育课程。

6月份

与好像艺术合作举办绘画工作坊

9月份

支持节能与低碳宣传。

10月份

向视觉公益社群捐助丙烯与马克笔产品。

11月份

向青聪泉关爱自闭症患者项目捐赠。



# 地域故事 上海

商业团队

尽管新冠疫情肆虐，但该团队依然于2020年2月末返岗。

## 加速数字化

对于客户

- 向社会宣布商店的营业时间和联系方式。
- 建议从线下转至线上。

对于消费者

- 封锁期间开展绘画比赛。
- 在线聊天群（300多名参与者同时分享经历）。

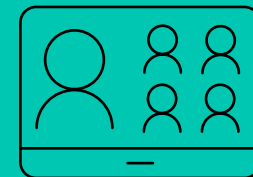
开展10年后品牌偏好研究。

## TFAC的变化



### 线下——街头艺术节

37位艺术家，50多件艺术作品，在多个平台曝光。



### 线上——直播

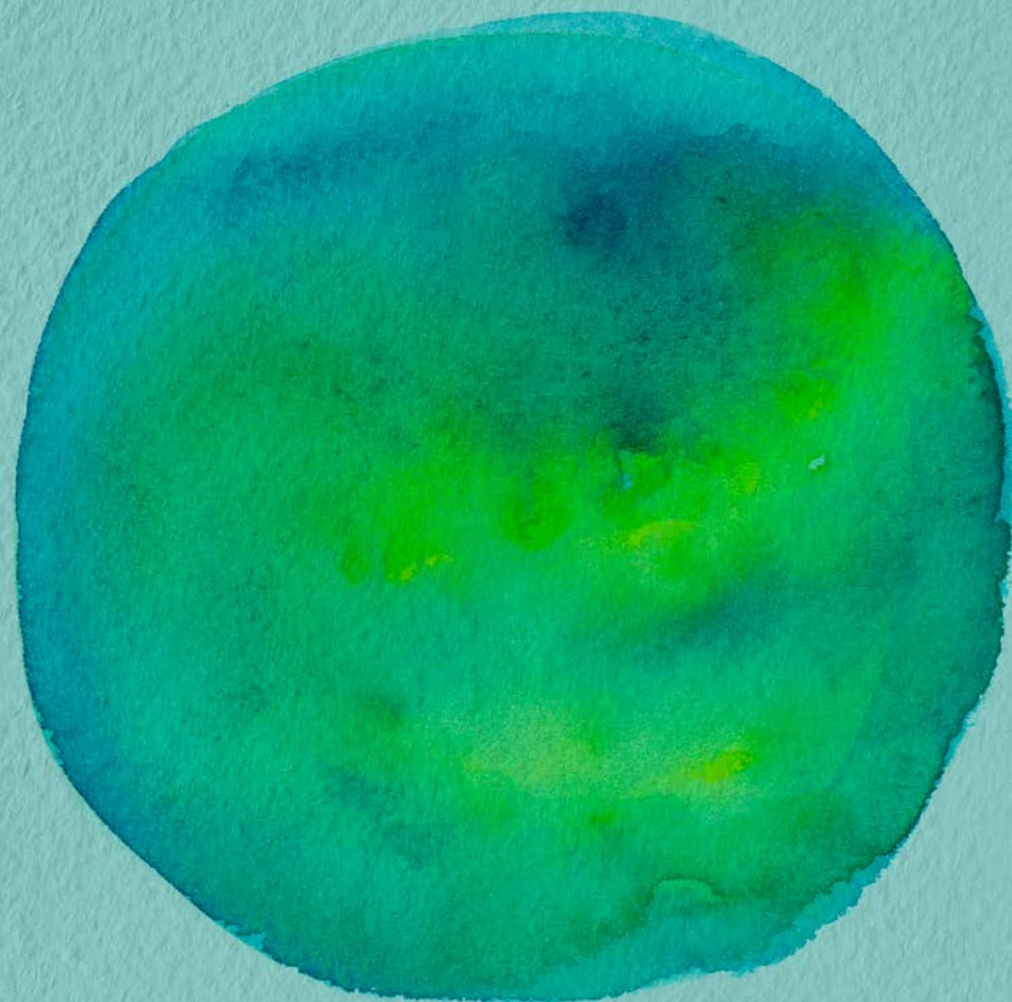
50多场直播，从现场讲座转至线上演示。



# 目标与计划



减少环境影响



# 目标与计划

根据重要性评估，我们拟使用可持续性更高的包装。希望用可持续性更高的替代材料代替纯塑料；这可能意味着完全替代塑料，或确保只使用含有至少50%回收成分的塑料。

- 我们已确定一系列项目，在未来三年内取缔包装中不必要的塑料。
- 我们希望确保木制品的来源可持续；画框产品和大部分笔杆经FSC认证。近期的纸项目确保公司80%的纸供应商经FSC认证。我们将努力使所有木制品来自负责任的采购来源。
- 由于Cris Cosgrave的新角色，我们正在审核产品材料的可行替代品，使其更加可持续的同时又不降低品质。

我们位于英国和法国的分公司已转向使用可再生电力。在法国，投资太阳能电池板后，我们将自行发电。美国和中国依然是个挑战，但我们将继续研究各种选择，确保所有公司采购可再生电力。

- 产品的使用寿命到期依然是个问题，我们将继续研究替代性废物流，以实现产品循环



我们位于英国和法国的公司已转向使用可再生电力。

# 可持续发展 2.0 2021-2023年目标

柯雅可持续发展战略的一个关键部分是减少环境影响，这是我们目前正在努力的方向。我们的三个重点领域将是废弃物、能源和塑料。



社会影响  
(目标是 5000ppm)  
2021 - 3000ppm  
2022 - 3500ppm  
2023 - 4000ppm



事故  
(工伤事故目标为零)  
2021 - 0 起事故  
2022 - 0 起事故  
2023 - 0 起事故



病假率  
(<3%)  
2021 - 3%  
2022 - 3%  
2023 - 3%



危险废物  
(到2025年减少50%)  
2021 - 减少 5%  
2022 - 减少 10%  
2023 - 减少 20%



能源  
(每小时生产耗能  
千瓦时降低5%)  
2021 - 减少 5%  
2022 - 减少 5%  
2023 - 减少 5%



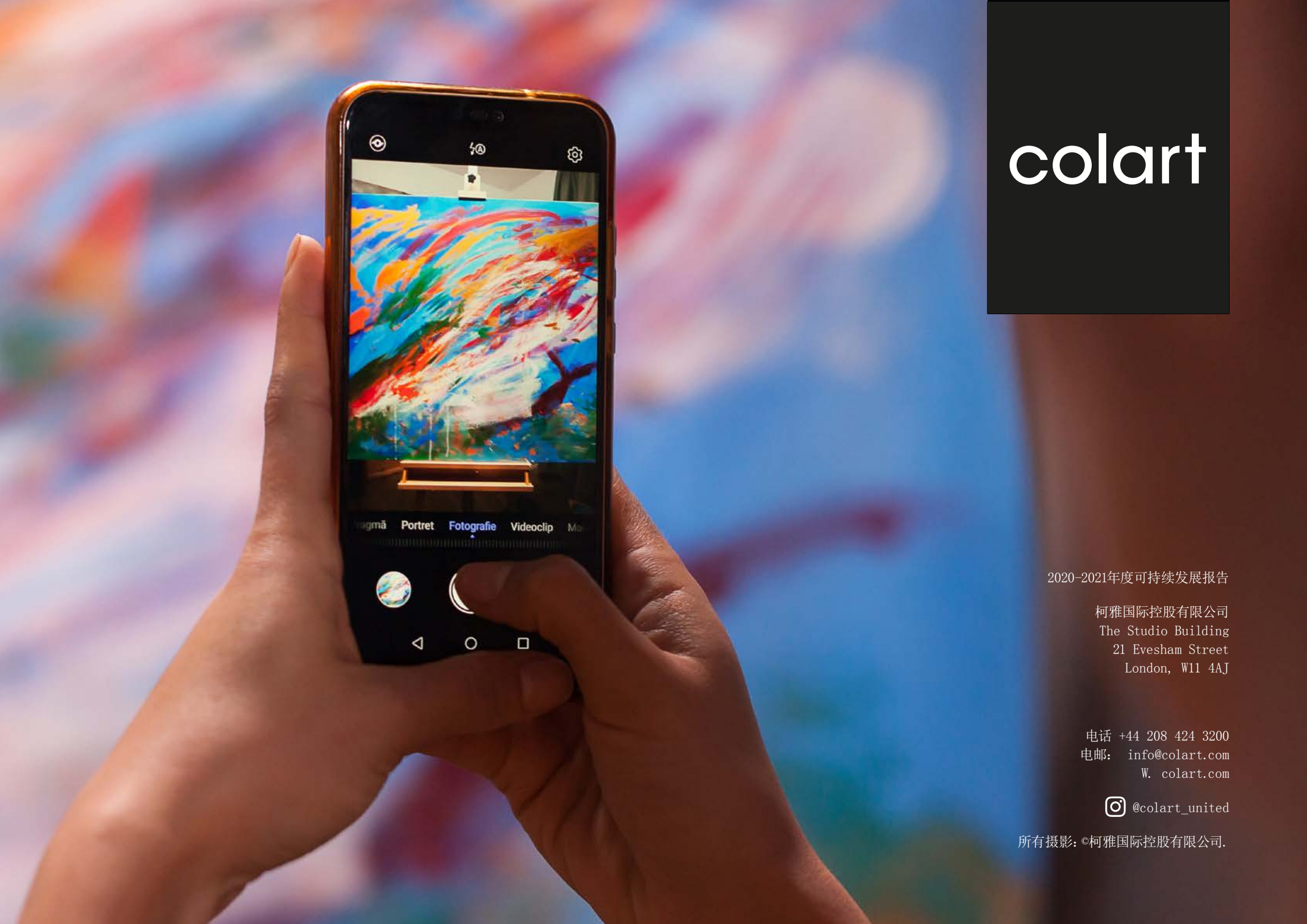
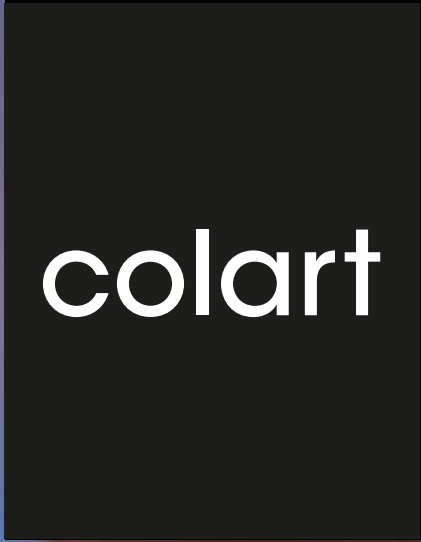
水  
(到2025年,  
每标准小时的用量减少2%)  
2021 - 减少 1%  
2022 - 减少 1%  
2023 - 减少 2%



可再生电力  
(增幅)  
2021 - +5%  
2022 - +5%  
2023 - +5%




一次性塑料  
(到2025年为零)  
2021 - 减少 15%  
2022 - 减少 25%  
2023 - 减少 50%



2020-2021年度可持续发展报告

柯雅国际控股有限公司  
The Studio Building  
21 Evesham Street  
London, W11 4AJ

电话 +44 208 424 3200  
电邮: [info@colart.com](mailto:info@colart.com)  
[W. colart.com](http://W.colart.com)

 @colart\_united

所有摄影: ©柯雅国际控股有限公司.