



colart

可持续发展报告
2021-2022



概述

可持续发展官	04
首席执行官寄语	05
战略概要	06
KPI 结果	07
艺术可以改变世界	09

业务

品牌更新	11
消费者营销与洞察	19
管理	20
供应链	21
数字可持续性	22
NPD	25
新业务开发	26

人力资源

公司员工	28
健康和安全	34

地球保护

足迹	36
SVHC	40

地域故事

世界地图	43
英国	44
法国	51
西班牙	54
北欧	57
美国	58
中国	59

计划与目标

计划与目标	62
-------	----

概述



共创未来

2021 年 首席可持续发展官的回顾

2021 年，我们在整个企业的可持续发展目标均取得了显著进展。

可持续性现在是我们品牌计划的核心，新的可持续包装指南帮助我们将重点集中在减少产品中的一次性塑料上。

温莎牛顿图形艺术

产品（包括铅笔套装和马克笔套装）的设计已改头换面。我们已将不可回收的塑料零售外包装换成可完全回收、经 FSC 认证的纸盒，并为客户提供更详尽的产品信息。我们还把油画媒介和亮光油的瓶子换成了回收的 PET 塑料瓶。

Snazaroo 对画笔套装进行了改造，这些画笔套装原本采用塑料包装，现已改成精美纸盒包装。另一个项目组的工作是将全品牌套装所用的吸塑托材料换成回收的 PET 塑料。

Elephant 团队成功推出了一系列直接面向消费者的颜料套装，去除所有塑料包装（含运输包装），从而将可持续发展的这一概念更推进一步。Liquitex 和 Lefranc Bourgeois 在其可持续发展之旅中也取得了进展。

我们曾在配送中心在运输中使用了大量塑料，经过多方协作，我们设定了相应的目标来降低塑料用量，去除塑料空隙填充物、塑料袋和其他

塑料品，并转而使用纸质的胶带和捆带。这些项目很具包容性，激发了我们仓库员工对可持续发展的热情。

作为规划碳中和未来的一部分，我们将持续关注整个企业的电力消耗。我们的几个欧洲站点现用绿色能源电力供应。在勒芒，年中时投入使用太阳能电池板安装。

我们继续全年开展慈善捐赠计划，为当地公益事业做出重大贡献。虽然新冠疫情限制了我们的大使计划，但我们已加强这一方面的发展，正在为来年策划一系列的活动。

2022 年看起来又将是柯雅忙碌的一年，Igniting sustainability（点燃可持续性）是我们今年的关键战略支柱之一，可指导我们制定原则和决策。



理查德·卢埃林 (Richard Llewellyn)
首席可持续发展官

首席执行官 寄语

我们的使命：

成为最
具可持续性的
以消费者为驱
动的创意品牌
之家



丹尼斯·范斯奇
(Dennis Van Schie)
柯雅首席执行官

我们致力于“鼓舞世界上每一位艺术家”
的宏伟愿景，将继续推动柯雅一路前行。

80%

我们的木制品和纸制品是以
负责的方式采购

2021 年对柯雅而言又是成功的一年。新冠疫情仍未消除，尽管职责有所不同，但我们调整得很好；物流和原材料供应链挑战是我们在 2021 年面临的最大挑战，2022 年仍将如此。

这一年是巩固了前几年的多方努力和投资，并为未来的业务增长奠定坚实基础的一年。人员、地球和利润，是可持续发展的三大要素，强化了目标和长远性如何支撑我们努力做每件事，同时也认识到我们需要众多利益相关者的支持。

点燃可持续性是我们 2022 年的关键战略支柱之一，我们计划通过不同的方式来实现这一目标。加强采购能力有助于我们更好地了解供应链中面临的挑战、增强透明度和忠诚度。将可持续发展纳入我们的品牌计划可确保可持续发展成为我们所有品牌的核心，这意味着随着周围世界发生变化，

我们可以直接向消费者传达我们的抱负和挑战。运营部门将专注提高效率，并努力减少对环境的影响，继续实施可持续改进。我们的商务团队会将我们所作出的努力传达给他们的客户。

今年的另一个重点将是了解我们全部的碳影响；Scope 3（范畴三）仍然会是我们的供应链需要解决的挑战。对柯雅而言，包装仍然是一个重要的材料影响，我们将继续去除和减少不必要的包装。我们目前 80% 的纸制品和木制品都是来自可靠的货源。虽然存在差距，但我们正努力缩小，以确保供应链更进一步透明化。

“以人为本”不仅仅是海报上的一句口号。这句话每天都在指导我们如何行事，让我们担负起责任，以最具可持续性的方式，实现让我们鼓舞世界上每一位艺术家的愿景。

丹尼斯·范斯奇 (Dennis Van Schie)
柯雅首席执行官

战略概要

通过创造力增强人类和地球的幸福力

我们通过增强社会责任，同时减少对环境的影响来做到这一点。

减少环境影响和增强社会责任不仅是一个道德承诺，还使我们公司的长远价值得到提升。我们坚信创新，并且我们认为业务增长和减少环境足迹之间可以和谐共存。

可持续发展思维是创意精神的自然组成部分，我们积极参与地方和艺术家互动的社区活动，确保我们所做的一切能改善工作场所和环境。



KPI 结果

以下是我们在 2021 年关键绩效指标 (KPI) 中的表现



社会影响

3,984

社区服务小时数

2

供应商审核

42

根据新的商业行为准则
评估供应商



能源

目标是减少能源消耗，
同时增加我们的可
再生能源
能源份额

8%

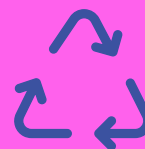
与 2020 年相比，能
源使用增加了

14%

与 2019 年相比，能
源使用降低了

29%

可再生能源份额 -
从原本 3% 提高至



废弃物

14%

同比2020年，
总废弃物增长
率

67%

总废弃物中的危险
废弃物占比

50%

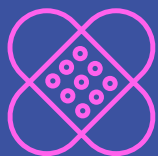
减少危险废弃物
的目标

29.86%

废弃物回收 -
目标 50%



KPI 结果



病假率

员工病假率监测以及提升对员工病假缺勤的管理意识。

2.4%

目标 <3%



包容性

实现柯雅高级管理层级中男女比例50/50的目标。我们目前改善目标为管理职级为3-5 级的管理人员：总监到首席执行官的性别比例情况

28%

女性

72%

男性

目标

50%



SVHCs

更新

自2017年以来

28种 SVHC 原材料被去除

这影响了 892 种不同的配方和 3890 种单品。

艺术可以改变世界



艺术和创造力为何如此珍贵？

通过创造力与世界接触，这鼓励了人们以异于平常的方式看待事物，以超越常人的方式看待周遭环境。

当我们与他人的艺术及创造力产生互动时，他们的观点也会颠覆我们的观点。将创意者的观点带到我们的面前，让我们重新认识周遭熟悉的事物。

最近，我们许多人对事物都总有似曾相识但又并非如此的感觉所困扰时，以不同的角度观看这些现实问题，而非竭尽全力以自己的方式追求完美，也许会很有用。

创意和艺术帮助人们建立联系：在新冠疫情期间看到的 NHS 彩虹艺术品；格雷森艺术俱乐部；在世界各地屏幕上进行微型表演。

而且艺术也能帮助我们与自己建立联结。这是对日常烦恼和令人担忧问题的一种缓解。专心创作、阅读、写作和表演能给人带来释怀的机会。思考一些不同的事物，或者什么都不想。

证据表明，数以万计的艺术爱好者（艺术家或初学者），在新冠疫情爆发期间患上抑郁和焦虑的比率都较低。

正如大卫·冈特利特（David Gauntlett）在《Making Is Connecting》中所说，具有创造性的参与，同时加上数字及社交媒体的影响，使我们看到了，该变化使得20世纪下半叶的人们摆脱对精英商品大量消费的依赖。

人类是意义的创造者；这就是人类之所以为人类的原因。创造力为情感创造空间 - 给人带来秩序感、可能性，但也带来连续性。艺术让想象力占据主导地位，将我们与启发、鼓舞我们继续前进的事物联结起来。希望明天会更好，并努力迈向更好的未来。

艺术家的工作和创造要适应混乱和模棱两可。寻求新的前进方式，摆脱混乱。重新发现、重新想象。最终改变世界和人类看待世界的方式。



海伦·特雷瓦斯基斯（Helen Trevaskis）

StreetDraw24 总监，
我们的公益合作伙伴之一

我们的业务



鼓舞世界上的
每一位艺术家

品牌更新 Snazaroo



可持续发展是
Snazaroo 品牌和价值观的核心。

snazaroo™

- 为此，我们启动了NPD项目，该项目反映并体现了2022年的关键目标之一的可持续性。这一举措将获得一系列活动的支持，以一种引人入胜、积极和鼓舞人心的方式来告诉消费者，我们将做出这些重要变化。
- 我们的未来五年可持续发展路线图是我们所推出每款新产品的关键组成部分。作为发展路线图的一部分，我们还将审查、改进现有的产品组合。

我们最近对画笔和 18ml 泡卡系列产品进行了包装升级：采用了纸质包装，即使用 FSC 印刷纸卡代替了 PET 塑料。这一变化会将我们的一次性塑料零售包装消耗量从每年 5,000 公斤降至 0 公斤。

- 到 2023 年初，我们将停止销售微塑料闪光产品（凝胶和粉末）。相反，我们将推出 Bio Glitter（可生物降解细闪光产品）- 由植物蛋白制成，可在淡水中生物降解。
- 我们也探索在脸彩套装中去除所有微塑料，这个令人兴奋的计划将在 2023 年推出。这个探索性项目将考虑我们如何与 TFAC 合作，确保在供应链中将剩余的微塑料闪光原材料进行再次利用，以防止其直接进入垃圾填埋场或海洋中。

零公斤

把我们的画笔和 18ml 泡卡系列产品的包装材料更换为 FSC 认证的印刷纸卡材料，将塑料消耗量从每年 5,000 公斤减至 0 公斤。

品牌更新 Lefranc Bourgeois

Pioneer brand
in the quality
of cadmium
free colours

无镉颜料产品
的先锋品牌

Lefranc Bourgeois 团队一直努力
提高品牌的可持续性。



这些改进包括：

- 使用可持续性和可重复利用性更强的替代品（如金属盒或布袋）代替不必要的塑料包装。
- 根据柯雅 KPI，研究并开发更健康的产品（如去除 SVHC）。
- 使用数字通信
一只在必须印刷的时候，我们才会使用 FSC 认证的纸制品印刷，并与本地印刷厂商合作。
- 夏勃纳品牌旗舰店是我们巴黎的“法国品牌之家”，是我们积极参与社区活动的平台。我们用它来举办艺术聚会。餐饮和活动资源以可持续方式在当地采购，重点是零浪费。

我们还通过以下方式加强社区
赋权 and 安全性：

- 制作一个 Spoty 广告，以柯雅员工的孩子为拍摄对象，与勒芒当地机构合作，以避免不必要的差旅。

与巴黎美术学院联合举办，宣传获得 Lefranc Bourgeois 绘画奖的美术学生。

- 确保品牌在公立学校、幼儿园和其他社群中出现，突显“人人可享有艺术”的品牌精神。
- 与 Maison des Artists（艺术家之家）一起开播客，讨论艺术家的健康状况以及使用更干净的颜料和美术材料配方。
- 与艺术家密切、真诚地合作，不依赖第三方或代理机构。
- 成为提高无镉色彩品质的先锋品牌。
- 提供一系列由 FSC 认证的木质画笔；大多数画笔产品的木质组件均已获得 FSC 认证。
- 购买艺术品，邀请艺术家在夏勃纳展出新作品。



品牌更新 Liquitex

Liquitex

在 Liquitex，挑战固有的做事方式存在于品牌 DNA 中，一切以支持艺术家和可持续发展为核心。

Liquitex 在不断壮大艺术家社群，创造一个让一代代艺术家获得自信、无限创作的世界。

- 开发高品质和创新的内容 - Liquitex Uncapped
 - 为专业和新兴艺术家提供教育，同时促进我们对可持续发展的承诺。
- 通过 Liquitex Live 计划方案推进虚拟产品演示和对话，消除印刷品的需要，同时还可以延伸至更多人并使主题多样化。
- 鼓励使用在线资源和网络内容。
- 寻求 Liquitex Live 辅导计划的支持。这些为在职艺术家和创意专业人士提供了通过集中对话来分享专业知识的机会；涉及职业建议、行业公平和包容性以及更广泛的艺术主题。
- 通过 Artist Spotlight 和 Artist Residency 计划优先考虑艺术家主导的内容。为艺术家提供制作设备来拍摄内容，无需单独制作拍摄。
- 与 In the Studio、Artist Spotlight 和 Artist Residency 等数字创作者建立长期关系，进行特别主题制作。
- 选择一系列特别人才拍摄推广活动、网红内容、用户生成内容和社交媒体现场活动等来优先处理多样性。
- 在所有拍摄的内容和合作计划中，选择跨风格/类型、所用材料、种族、地理、年龄和性别来推广个人艺术家和不同的艺术家群体。
- 与艺术家群体成员合作，配合推广边缘化群体的活动（如黑人历史月、妇女历史月等活动）。
- 通过我们的 Liquitex Just Imagine Residency 计划培养群体意识和赋能；持续支持社群成员建立一个持续支付和曝光的网络。
- 发展 Liquitex 首个学生驻留计划，为艺校大学生提供辅导和专业发展机会。
- 扩大全球特殊项目的覆盖范围，在所有市场中扩大艺术家的影响力。
- 与为代表性不足的艺术团体（如 Fire Island Artist Residency）提供支持和资金的组织合作。

Liquitex 致力于提供创新的可持续解决方案，来维持产品质量与性能。

- 在将所有吸塑托从黑色改成透明（提高可回收性）后，我们正努力将吸塑托从 Liquitex 套装中完全去除。

在 2021 年，我们开发并推出了三种不使用吸塑托来盛放颜料管的新套装 — 节省了大约 86,000 个吸塑托的使用。我们通过改造原来的颜料管的布局和包装盒的结构来做到这点。两套新的六件重质套装，颜料管以相反方向组装，而非直接在吸塑托中组装。这使得颜料管可以在无吸塑托的情况下固定在盒子内，同时减少了套装的整体占用面积。

- 新布局的包装盒不带窗口，但包装盒盖子仍然可拆除，从而消费者可以看到包装盒中的内容物。我们还更改了 Liquitex 基本款 12 x 118 毫升套装的包装。与其从侧面插入吸塑托，我们改为在顶部设计组装开口。这意味着颜料管可以从顶部组装，无需吸塑托，同时还有一个可视窗。基于对 Liquitex 专业和基本套装的研究，我们正努力重新配置全部现有的 Liquitex 组套来消除吸塑托的使用。



86,000

我们的三套新产品
每年可节省大约
86,000 个吸塑托。

品牌更新 温莎牛顿

温莎牛顿将其对地球和人类的责任放在首位。



为了实现目标，我们运用了我们在艺术和科学方面的专业知识来应对气候变化及包装废弃品的双重挑战。我们开发的产品可安全用于工作室、手工作坊或家庭内，并且性能不会受影响。此外，我们还支持社区艺术家，来帮助改善创意生活。

在 2021 年，我们致力寻求能让我们的运营更具可持续性的方法。这意味着除了关注内部，我们也要向外寻求针对更广泛社区的解决方案。这些举措包括：

- 通过新的消费者研究，强化我们创造更环保包装材料的理念。数据显示，越来越多客户认为塑料包装显得“廉价”，并希望品牌可以有其他替代包装形式。他们期待我们为他们做出正确的选择。
- 我们的目标是在包装中减少原生塑料（不含任何回收材料的新型塑料）的使用。

- 首先，在 2022 年年中，我们将使油画和水彩媒介、亮光剂和罩光剂的 75 毫升、250 毫升和 500 毫升的包装瓶材质从原生塑料转向 100% 再生塑料。总计 352 种产品。这将减少每年平均 248 吨的塑料垃圾。
- 作为我们以最负责任的方式采购所有原材料承诺的一部分，我们将继续使用 FSC 认证的产品。
- 目前，我们 100% 的画框使用 FSC 认证的木材制造。此外，我们 80% 的纸制品和 90% 的木制笔杆均通过 FSC 认证。我们希望确保我们所用的木材和纸制品都采用可持续性采购及认证方式。
- 我们的 Studio Collection 炭笔是经 FSC 认证的。到 2022 年夏天，全部的彩铅、水彩铅笔和石墨铅笔均经 PEFC 认证 — 使用可持续来源的材料制成。

352

种产品
正从原生塑料转向
100% 再生塑料。



在 2022 年，我们的目标是比以往任何时候都要更彻底改变我们的包装。

- 我们的 Promarker 系列（含软头、水彩、荧光和金属系列产品）不再使用塑料。所有 42 套产品全部改用 FSC 认证的纸盒包装。接下来，我们打算使用 RPET 再生塑料来生产马克笔，同时不影响产品质量。我们还减少了用于包装 Studio Collection 套装的塑料用量，外盒现在改用 FSC 纸盒。我们也在把塑料收缩包装改成 RPET。
- 我们的首要任务是确保大家快乐、健康并获得支持 — 无论我们的员工、客户或更广泛的艺术家社群。我们将使用我们的包装和网站来教大家如何安全地使用我们的产品。我们还将提供如何更好地处置产品的指南。我们将继续在社群中投资教育并让所有人都能接触到艺术，以此来直接支持艺术家。我们支持艺术家的职业生涯，并认可艺术在人们心理健康中起到的作用。

- 在 2021 年，我们向 Hospital Rooms 在线数字艺术学校捐赠了 Galeria 丙烯酸颜料和温莎牛顿画笔。他们每学期为 50 个心理健康医疗机构提供服务，支持英国一些最严峻的心理康复服务，共约 1,800 次的病患治疗。

- 我们的水彩套装、铅笔、Promarkers 和画纸被 30 位在巴黎 The Drawing Factory 从事美术和平面艺术的新兴青年艺术家所用。艺术家们使用这些材料来记录他们的经历，并鼓励其他人迈出作为专业艺术家的第一步。

我们还赞助 Queercircle 一家总部位于伦敦的 LGBTQ+ 非营利组织，支持他们进行艺术创作并鼓励他们的社会行动。我们捐赠的油画颜料和丙烯颜料用来记录慈善机构的工作，加强社区文化、健康和幸福感之间的联系。

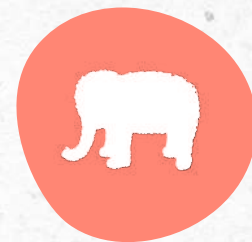
我们将继续在所有的产品和流程中推进可持续发展的解决方案，努力对社群中的艺术家们的健康和幸福力产生积极影响。

42 套

我们所有 42 套的 Promarker 系列现在全部改用 FSC 认证的纸盒箱包装

品牌更新 Elephant

我们可持续包装的自有品牌颜料套装的推出在 2021 年又向前迈出了重要一步。可持续发展仍然是 2022 年的重点。



- 在我们研究如何定义并区分我们的年轻品牌的方法时，可持续性和再生是 Elephant 的关键考虑因素。这些议题对消费者来说越来越重要，是我们为人类和地球做出正确事情的同时，也让我们的业务面向未来的一种方式。
- 我们在 2021 年的主要成就就是推出了一系列具有可持续性包装的丙烯颜料套装。
- 这只是我们可持续发展之旅的第一步。我们实现了柯雅的一些“第一次”，将包装减少了 50% 以上，几乎消除了一次性塑料的使用，提供免费退货计划并确保我们的包装经 FSC 认证，可回收，并且方便消费者（可直接投入信箱）。建立一个新品牌和产品系列需要时间，但我们收获了非常棒的客户反馈，整个团队都是这个项目的幕后推手。我们相信，我们正在创造适合未来的产品。
- 我们打算在整个 2022 年跟上改革的步伐。我们的计划包括推出可定制的颜料套装，让消费者选择色别和数量；并与天津柯雅的员工合作油画和水彩补充套装；率先推出由环保再生材质制成的画框产品和皇冠笔厂的同事合作开发了一系列画笔产品，旨在让这些产品获得无伤害认证。
- 对我们的“测试与学习”功能，我们深感自豪，我们打算毫无保留地分享我们的进步、成功和未来的改进领域。



告别牛皮纸 Jiffy 袋

- 我们的颜料套装是对地球更友好的美术用品，而且我们也一直在关注 Elephant 业务的所有领域。《Elephant 杂志》。

现由分销商装用回收纸制成的信封中交付给消费者，我们同时也继续从 Kiosk 中消除塑料外包装。从 2022 年第一季度起，我们也开始逐步淘汰牛皮纸 Jiffy 袋。这项工作完成后，我们所有的外包装（含胶带和标签）都不再含塑料且完全可回收。

- Kiosk 将于 2022 年第二季度起推出艺术品“按需打印”服务，这将使我们能够减少浪费并满足消费者的需求。《Elephant 杂志》使用可回收纸印刷，属于碳补偿。这是我们处理插页和宣传材料的方式，包括 Elephant Kiosk 客户套餐中的感谢卡。Elephant 学院专注于在线艺术学习，现在为学生提供参加课程的机会，无需先购买产品。在 2022 年，我们将围绕这一点加强传达可持续发展的讯息，我们计划真实对待过度消费，支持我们的社区仅购买他们需要的产品。在我们寻找增长收入时，这似乎是个冒险的提议，但我们热衷于探索此方法。

回馈社会

- Elephant 的品牌价值观专注于可持续发展、可及性及艺术本身，对再生的承诺以艺术回馈的方式自然而然地体现在 Elephant 上。

- 在 2021 年，我们向慈善机构、学校和公益事业捐赠价值超过 100 万英镑的美术用品。我们在封锁期间为同事提供免费的儿童在线艺术课程，并在 Elephant 空间为儿童举办了艺术展。

- 在 2022 年，我们将更加注重回馈。我们正与地方学校密切合作，提供一系列举措。这些包括：在 Elephant 空间内展示学生作品；一项针对 11 至 15 岁儿童的助学金计划以及与曼彻斯特大学合作提供研究生辅导计划。这些计划均建立在 Elephant 实验室的基础上，我们为崭露头角的艺术家提供数字化驻留的机会。两者的目的都是为支持和培养年轻人的创意，同时为刚进入社会工作的人提供实际帮助。到 2022 年第二季度末，Elephant Kiosk 将向 Planet (一个全球性组织) 承诺捐赠 1% 的年销售额，以支持环境事业。

- Elephant 的全体成员都为成为一个致力于为人类和地球尽最大努力品牌的一份子而感到自豪。虽然未来会有挑战，但我们相信，我们拥有成功的能量、创新和协作团队精神。

“我选择 Elephant 颜料套装，是因为我想尽可能做到零浪费，我喜欢这种精神。我一定会把用过的包装寄回去，再买更多的颜料！”

埃莉诺 (Eleanor)
Elephant 顾客



50%

我们在 Elephant
颜料套装中
减少的包装



£1m+

捐赠给学校和慈善机构
美术用品



消费者 营销与洞察

拥抱可持续发展的艺术家

艺术家们期望品牌尽其所能（如减少包装或使用回收材料），来尽量减少他们购买的产品对环境的影响。然而，他们不愿意在材料质量上妥协。

他们重视颜料可持续性的关键因素是：

- 帮助他们让他们的美术作品能更长时间的保留。
- 减少毒性成分，尽量减少对健康的危害。

购买途径

在过去 12 个月，超过一半的艺术家通过网络购买美术用品，这一方面的在线支出份额从 2019 年的 20% 增加到 2021 年的 35%。亚马逊（Amazon）是美国和英国最受欢迎的美术用品个体零售商。

然而，实体店购物体验对艺术家来说仍然具有最大的吸引力，因为他们可以在购买前先尝试，并从店员的知识中受益及寻求灵感。这些体验是网上购物无法替代的。

您知道吗？

- 柯雅品牌是颜料和媒介产品的市场领军者。
- 最近在美国、英国和法国进行的一项研究发现，共有 4500 名艺术家选择温莎牛顿（英国/美国）和 Lefranc Bourgeois（法国）作为颜料和媒介产品的首选品牌*。

*首选 = 艺术家目前使用的所有品牌中最喜欢的品牌。

^ 颜料 = 丙烯颜料、油画颜料和水彩颜料。

治理

通过实施《商业伙伴行为准则》，我们加强对企业管理的承诺。

本准则旨在加强柯雅负责任的商业议程。它列出了我们的商业伙伴期望的道德标准与实践，其中也涵盖了我们的供应商、分销商、零售客户、艺术家和我们接触的其他人。它还包括了他们自己的供应商、分包商和供应链中的代理人。

该准则涵盖以下方面：

- 遵守所有适用法律
- 杜绝贿赂和腐败
- 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
- 在所有产品的开发、制造、运输、使用和处置过程中尽量减少能源和资源的使用，努力减少对环境的影响。

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。

为确保对准则的承诺，作为试点运行的一部分，我们要求尝试合作的商业伙伴确认接受该准则。根据商业伙伴的内部咨询和反馈，我们正设计一个内部流程图，以帮助我们专注于我们的关键商业伙伴；

部分使用我们现有的 ABC 分类框架。此外，商业伙伴和柯雅人员可以继续能够通过我们的第三方在线举报门户 EthicsPoint 来匿名举报违规行为。

我们捕捉与竞争对手的互动，并添加柯雅集团领导团队的声明。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。我们继续通过各自门户和登记册集中跟踪全球诉讼和法人治理，以确保有效地管理法规和合规风险。

供应链

我们通过一系列举措继续提高可持续性、透明度和与供应链的关系。

包装变化

作为通向无塑运营之旅的一部分，我们正改进我们的产品来消除塑料垃圾包装。

在此过程中学到的知识将帮助我们设计新产品，这些新产品是从最初的开发阶段就嵌入无浪费的理念。

回收和可回收塑料

我们的目标是无塑。即使这是不可能的，但我们也会转向更环保的材料，如取代不可回收的塑料包装（吸塑）

（特别是）使用回收和可回收的塑料替代品。

这样做，我们将确保我们所用的塑料是循环利用的，并且将来也会被我们的客户回收利用的。

碳足迹

鉴于整个行业面临的可持续发展挑战，我们已利用经验来更好地管理整个供应链中的碳足迹。

我们已尝试将铁路运输作为空运的替代方案。由于铁路运输的积极发展，现在这是一个首选方案。

同样，与 2019 年相比，我们的空货量大幅减少了 80%。我们现在仅将空运视为最后的手段。

供应链分析

在与供应商讨论之后，通过利用我们的内部和外部审计 (SEDEX)，我们能够更好地确保我们所有的供应。

供应链合作伙伴遵循道德原则并加强自身的可持续发展能力。

这最终将使我们的行业更强，并在所有情况下均能得出更好的采购决策。



-80%

空运减少了 80% -
与 2019 年相比

数字可持续性

我们的战略

IT 设备的运行、应用以及服务过程中产生的碳排放是柯雅碳排放显著组成部分。IT 团队非常重视这一点。他们正积极实施可持续的 IT 计划，以降低对业务的影响。2022 年，我们将审核整体设施，以确定提出改进的基准。从 2023 年起，我们将引入碳补偿，采用一项支持计划来减少我们每年需要补偿的数量。

我们减少碳足迹的方法如下：

- 最大限度地降低整体能源使用量，同时最大限度地利用可再生能源来驱动我们的技术。
- 通过维修和再利用政策，最大限度地减少购买新设备并最大限度地延长现有设备的使用寿命。
- 与企业的其他部门合作，最大限度地部署能够识别并实施业务可持续变革的技术。
- 尽量减少并尽可能消除纸张等消耗品的使用。

2021 年的亮点

我们大大减少了英国办事处的打印机使用量。当我们明确哪里需要大量印刷时，我们会与该业务部门合作，设计并实施一个替代解决方案。

我们确立了一个差旅影响评估工具来计算出差的影响，并激励团队和个人做出明智的选择。从 2023 年起，我们希望引入碳排放差旅预算，以确保员工将影响降至最低。

作为在勒芒部署太阳能电池板的一部分，我们开发了一个门户网站来查看发电量，并建立一个电池板性能的长期数据。我们可将其整合到我们的可持续性仪表板中。

我们推行了一项雇用刚踏入 IT 职业生涯人士的计划。我们提供培训和支持，帮助他们职业发展。

在 2022 年，我们预计聘用五个新员工，扩张团队，并实现初级和高级员工的均衡分布。

2022 年计划

我们正推出几项举措，以增加我们可持续发展驱动的影响：

- 将我们的最小化计划扩展至移动电话和软件应用程序中，从而减少影响和支出。
- 推出工作流平台来改善低效和临时流程，提高我们衡量和分析业务绩效的能力。
- 研究改进业务预测的方法，从而预测产品的制造、时间和产地。了解需求可提高我们的业务利润，同时最大限度地减少浪费。
- 为我们的配送中心开发新的仓库管理解决方案，减少拣货和包装操作中产生的纸张。
- 将更多数字基础设施迁移到云端。

数字化

数字民主化计划

在 2020 年底，我们启动了数字民主化计划。这项计划将继续下去，目标是将数字化功能引入柯雅营销体系中，进行面向未来的营销活动，从而推动品牌增长和可扩展性。在 2021 年，我们将全球数字团队重组为六个重点专业领域。这让我们更专注于数字专业知识、战略和咨询。

因此，我们的“数字工具箱”增加了新技能（包括 UI 网页设计和 SEO）。这使我们能够直接影响改善和优化我们品牌网站上的消费者体验。我们还将卓越技术中心整合至客户服务团队中，更轻松地与消费者分享技术和产品知识。这为我们取得一流的消费者服务提供了激动人心的机会。

品牌网站和 Colart Trade

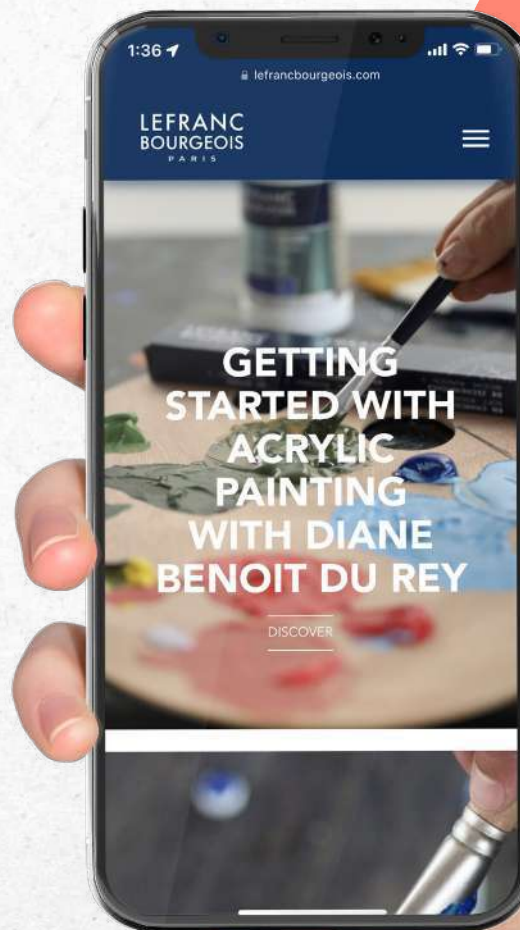
我们对品牌网站进行了多项改进。这包括导航更新，提供更好、更无缝的购买路径；更好的搜索引擎优化，确保消费者通过搜索，获得更有效方式来访问我们的网站并找到相关内容。

此外，我们的网站还添加了减少网络流量的工具。这意味着使用更少的电力和热能。我们与技术团队密切合作，优化我们的网站，最大限度地减少内容大小，以降低对环境的长期影响。此外，我们也在使用 AWS（亚马逊网络服务），它承诺到 2025 年使用 100% 可再生能源进行托管。

夏勃纳（Charbonnel）网站于 2022 年 3 月重新启动，提供法语和英语页面。与我们其他品牌一样，该网站使用 Wordpress 来提高内部效率，并为消费者提供更好的品牌和电子商务体验。Lefranc Bourgeois 将是最后一个重新推出的品牌网站（提供法语和英语页面）；该项目将贯穿整个 2022 年。新网站将配备电子商务功能，让消费者更容易在全球范围内访问品牌的精美产品。

我们的 B to B 门户 Colart Trade 已成功证明，小型企业可轻松、有效地在门户内下订单。这减少了手动纸质订购所花费的时间和精力。Colart Trade 于 2021 年从英国和意大利扩展到西班牙、法国和比利时，更多市场将于 2022 年开始使用。

新的 Lefranc Bourgeois 网站将首次配备电子商务功能



数字化

可访问性

在 2021 年底，对温莎牛顿的英国网站、Liquitex NA 网站和 Colart.com 美国网站进行了可访问性审核。

随后，我们确立了一个专属工作流程，以提高品牌网站的可访问性。这扩展至所有数字渠道，包括电子邮件和社交媒体。

我们已起草了可访问性声明，不久将上传至各品牌网站。这些声明涉及审核员详述的“不可访问的内容”。

该项目的其他组成部分包括对品牌和数字团队的内部培训，帮助创建更易于访问的内容，以及确定专门的开发人员任务，以改善我们网站的整体可访问性体验。

数据驱动和以消费者为中心

在 2020 年推出的消费者数据平台将多个数据平台整合为一。这简化了对数据的访问，同时为我们的消费者提供更强大、更细致的洞察报告。反之，它们也为我们不同的目标受众提供更相关、及时和个性化的品牌讯息。随着 Elephant、TFAC 和内部用户的迁移，该部署将在 2022 年完成，旨在提高效率和降低成本节省周期营销。

来源：2021 年 Freshdesk 报告

消费者维护

可持续发展和社会责任占 2021 年收到的消费者调查总数的 1.3%。英国仍然是这些最关注问题的市场。大多数问题都与素食产品、动物衍生物的使用和环境问题有关，如塑料的使用和回收。

温莎牛顿的消费者最关心可持续性和社会责任，这些问题占调查总数的三分之二。所有品牌都旨在改善有关可持续发展承诺的沟通，包括回收讯息。这将在 2022 年期间在品牌网站上列出。

66%

的可持续发展查询
与温莎牛顿有关
产品

1.3%

2021 年收到的
与可持续性和社会责
任有关的查询数占总
数的比例

英国

继续成为最关注可持
续发展和社会责任
的市场



新产品 发展

我们已经建立了短期的可持续发展项目，推动渐进式变革来协助我们实现 2030 年可持续发展目标。

以下项目重点说明了我们继续将可持续性融入到我们业务中，并对我们在产品中所用材料进行挑战的努力：



Elephant

颜料套装：Elephant 首个使用可持续包装解决方案的自家品牌产品



温莎牛顿

平面美术可持续性项目：在温莎牛顿系列产品中，尽可能用

可持续替代品取代所有一次性塑料：

Promarker 套装、Promarker 画笔、

Fineliner 和 Studio 系列。

OMV 重新推出：所有 OMV 瓶子都从原生 PET 材料改成回收材质的 RPET。

AOC 推出无镉产品：替代含镉产品。

snazaroo™

Snazaroo:

Snazaroo: 扩大 Bio Glitter (可生物降解闪光产品) 的范围，并努力彻底去除所有 PET 微塑料闪光品。

Snazaroo 18 毫升和画笔：将包装更新为纸盒，并将一次性塑料从零售包装中去除。

Liquitex

Liquitex

全球 EPD 项目吸塑：将颜料套装中所用的所有吸塑托换为可回收的 PET (RPET) 材质。

重质新色套装：我们尽可能开发新装置并修改现有装置来去除吸塑托，减少塑料用量和碳足迹。

新业务发展

柯雅的商业发展目的是探索创意产业中的合作伙伴关系，旨在提供战略增长机会并倡导我们的商业精神。

为了确保我们这些业务齐头并进，我们定义了一组不容动摇的 KPI。从探索到执行新举措的许多步骤，所有新商业机会都必须根据这些定义来衡量：

- 任何新产品/服务都必须为现有产品提供更可持续的替代品 - 或设置自己专属的可持续 USP。
- 我们承诺不使用一次性塑料，并最大限度地延长所用原材料的产品生命周期。如果商业机会不符合这些要求，我们可能会拒绝这些机会。
- 尽可能在当地进行采购和制造，以优化我们的社会及环境影响。
- 作为我们可持续包装指南的一部分，产品和包装尽可能具有包容性。
- 对于产品使用寿命有明确的计划，确定它们是否可回收的，否则我们会补偿影响。

通过为自己和合作伙伴设定标准，我们的目标及可持续发展议程成为合作讨论的积极部分。

通过这种方式，我们影响了我们的合作伙伴，反之亦然。我们通过学习他们的举措、抱负和示例来改善自己的运营。

由此得出，可持续性是与合作伙伴进行任何商业合作和互动的一个组成部分。



公司员工



柯雅方式

公司员工... 发挥重要作用

在 2021 年，我们将“以人为本”的原则更进一步融入到整个集团中。我们认识到员工是企业成功的基础，现在的他们比以往任何时候都更加重要。

我们对协助员工的发展以及在柯雅内外建立可持续性参与的承诺是坚定不移的。

领导能力

以我们的精神和文化为框架，如“柯雅方式”中所说的 - 我们的领导力发展计划在 2021 年中继续融入 3C 精神：沟通、协作和连接。这是贯穿领导力课程和互动的主线。

为确保课程引人入胜、充满活力和发人深省，我们继续引导参与者走一个迭代学习过程。这包括让他们有机会快速改进并重复所学内容的概要课程。

在完成完整的领导层级课程后，我们进行讨论并对反馈进行反思。

这符合我们建立自我意识和学习的核心原则。

LeadersPlus

LeadersPlus

我们为继续成为 LeadersPlus 计划的成员，并为该计划提供支持而感到自豪。

这是一项屡获殊荣的奖学金计划，旨在支持家有年幼孩子的中高层领导的领导力继续获得成长和发展，同时为他们的孩子提供支持。该计划通过辅导方案以及同事间跨部门网络的支持来协助其职业生涯的发展。

柯雅在工作上一直支持家有孩子的父母亲，我们很自豪在 2021 年向休陪产假的男性开放该计划。



沟通、协作和连接是我们的
“3C”号召口语

“该计划及随之而来的专业网络确实可以帮助您平衡为人父母带来的生活方式的挑战。这证明了，在柯雅的包容性文化环境之下，能够让新手父母的过渡期变得更轻松。”

贾廷·库克雷亚(Jatin Kuckreja)

全球洞察总监（伦敦）

导师计划

在 2021 年，尽管面对面活动继续受限制，我们仍很高兴继续开展辅导活动。本着以 3C 为核心的工作方式，我们

见证了辅导关系增加了 50%。跨境合作伙伴关系的启动让我们能够远程或混合式工作。

经我们内网使用的增强辅导平台确保了对计划的可访问性和理解性的改进。



公司员工... 柯雅学院

我们重新启动了柯雅内网之中的柯雅学院 - 员工可以此功能获得能力技能发展。

学习平台新面貌

柯雅学院是我们成长与发展平台的核心，建立在我们的员工在实现业务和战略目标方面的重要性之上。

学院涵盖四个发展路线——技能、服务、领导力和社群。为了协助员工的自我发展，我们与数字学习内容提供商 Inrehearsal 合作，确立了一个由教练主导的课程。

在一系列强大且发人深省的主题中提供小巧的内容，对于为我们的员工提供成果至关重要。

引人入胜的课程内容与柯雅的家文化和高绩效团队文化相一致。

在整个 2021 年，我们增加了由柯雅同事担任讲师的内部课程，以支持我们的流程和系统的学习。

播客也被视为交流学习的进一步方式引入。

Splash 人才计划

2021 年被证明是我们全球人力 Splash 系统敏捷开发又一个成功的一年。

随着 Splash Perform、自动化性能和开发功能的推出，我们采取了进一步的措施来确保年中绩效更具互动性并尽可能增加绩效管理的价值。

我们对加入柯雅新员工的入职流程进行了自动化推送信息设计。这让我们有更多时间确保新员工顺利过渡，并在给出职位后提高他们的参与度。

自动更改申请是一项新功能，可为直线经理提供价值并改进我们的员工管理流程。

这个新工具消除了手动通信的需要，同时集成了一个透明、可跟踪的授权过程。

柯雅学院载有支持学习这些新功能的在线视频。



80%

2021 年继续
直接招聘新员工，
直接招聘将占柯雅新
员工总数的 80% 以
上。



公司员工... 公司文化...

我们的公司文化基础就是像家人一样。成功只会伴随包容而来。

为积极体现“柯雅家庭”的概念，我们知道必须履行对员工的承诺。这意味着我们必须建立一个以尊重、关爱和协作为基础的健康工作环境。

包容是这一承诺的核心。令人欣慰的是，在我们第三次性别薪酬分析中，我们在此方面取得了很大的进展。所有地区的平均工资差距和中位数工资差距都有所改善；例如，我们在北美实现了有利于女性的中位数薪酬。

通过创建各地公司的多元化、公平性和包容性 (DEI) 委员会，我们将继续努力创造和维持包容性文化。他们在各个地区社区中共同倡导并支持 DEI，如进行庆祝国际妇女节等活动。

我们相信，让员工成为变革者，柯雅就会成为优秀人才想要工作的好地方。



44%

女性占我们领导层人数的44%，比2020年增加了4%。



**10个国籍
31个民族**

当我们在增强柯雅的包容性时，我们为柯雅的国际大家庭深感自豪。

公司员工... 我们的幸福力计划



通过兑现我们的幸福力承诺来不断激励我们的员工。

在所有行动和决策中，我们一切以人为本。我们明白员工主要保持精力和体力的重要性，这样他们才能应对工作与变化的步伐。

为此，我们进一步认识到我们有责任创造一个适当的工作环境。

今年上半年我们继续为那些能够远程工作的员工提供工作，但在下半年我们推出了混合工作模式。混合工作模式是与不同团队共同创建的，我们把员工上一年的经验进行了优化。

此模式核心是每周至少在办公室工作两天。

我们的口号“来工作，但不仅仅工作”
- 我们认识到沟通、协作和连接的重要性，无论对个人或对团队都一样。

身心健康是我们工作的关键

对于因工作要求而无法远程工作的同事，我们更加关注他们的身心健康状况。

我们的举措包括：

- 支持工作环境内外的端到端福祉。
- 激励每个人积极投入，并为成为柯雅大家庭的一员而自豪（从个人或专业角度）。
- 通过综合的社会和环境承诺建立团队精神。

我们的幸福力大使在整个集团中组织活动来庆祝特别节庆，例如国际妇女节和中国儿童节。我们为员工组织过绘画大师班，以发展他们的创造力，并将大家汇集一起与同事们建立联系。

在整个 2021 年，我们为生活增添了色彩。我们希望在 2022 年及之后继续添加色彩。

在 2021 年，我们给生活增添了色彩。

我们的幸福力战略将确保我们在 2022 年及之后继续添加色彩。



公司员工... 合作关系 与慈善事业

我们很高兴能够支持符合我们愿景的社区倡议 - “鼓舞世界上的每一位艺术家”。

在 2021 年 6 月至 2022 年 3 月期间，我们向英国、法国、瑞典、比利时、意大利和德国六个欧洲国家的 36 家慈善机构和组织捐赠了很多库存产品。受益方包括心理健康慈善机构、当地学校、儿童艺术组织、残疾事业和社区中心。捐赠库存的价值超过 195,000 英镑。

我们继续与位于伦敦的心理健康慈善机构 Hospital Rooms 建立长期伙伴关系。这家慈善机构旨在通过艺术品来改造临床空间，为面临困难及心理健康问题的人们创造一个更平静、更安全的环境氛围。我们共捐赠价值近 50,000 英镑的产品，来帮助该组织开展即将举办的项目。

我们相信艺术在社会中占有一席之地，并且可以与 STEM 科目紧密配合。例如，温莎牛顿就是由一位艺术家和一位科学家共同创立的品牌。

艺术经常被用作一种疗愈的方式，特别是对年轻人而言；一种无需讨论困难议题即可表达自己的方式。我们希望通过慈善捐赠计划继续促进艺术的积极影响。

[阅读更多](#)

艺术的积极影响

1

我们知道艺术能产生正面的社会影响。例如，在新冠疫情期间，艺术成为表达积极和消极情绪的创意出口。。

捐赠已停止销售的库存，不仅可避免废品处置- 我们还为社会贡献了价值。

2

研究表明，公众通常认为艺术是有用的，并会在学校内资助艺术的发展。

但是，艺术也是第一个资金被削减或完全取消的主题。我们很高兴通过捐赠库存来支持学校的艺术发展。

[阅读更多](#)

公司员工... 慈善捐赠



我们第二次向肯尼亚卡库马难民营捐赠了柯雅美术用品。

这使得 Hands On Art Workshops 能够扩大影响，造福难民营内六所学校内美术俱乐部的更多学生。

随后的计划包括周六早上 Hands-On 教练指导进行美术工作坊活动。

毕业于卡库马的 Moneau Shepell 中学的 Golda Aruten 于 2019 年被任命为第一任教练。艺术家 Joseph Yona Deng 于 2022 年接任。教练的年薪由 Hands On Art Workshops Gateway 助学金提供。

感谢 Hands On 的介绍，Golda Aruten 受邀在 2021 年皇家学院夏季展上展出她的作品。以 Golda 的一幅画作为基础，Hands On 制作了一个数字版画，该版画已售罄，这有助于推进 Golda 的研究。

奖学金也可供学生使用。该奖学金通过 Hands-On 计划，在联合国难民署的指导与协商下，表彰受益人的学术成就和艺术成就。

在过去的一年里，捐助者为卡库马难民营的两名小学生提供了全额中学学费奖学金。安吉丽娜朱莉小学的毕业生 Teda Padang 获得了 2021 年 Hands-On 艺术工作坊奖学金，而就读于同一所学校的 Jamila Nakito Chiramura 则是 2022 年的获奖者。

我们的 Hands On 计划得到了更广泛的支持。总部位于美国的非盈利杂志 *Stone Soup* 和在线 *难民项目* 做出了重大贡献。刊物上展示了参加“Hands On 艺术工作坊”计划的卡库马学生的作品。

此外，一组由夏令营学生创作的精美画作，首

健康和安全

改良的培训、上报以及更多的费用投入已让我们的健康和安全工作奠定了一个良好的基础 — 但我们还可以做得更多来保护员工。

健康与安全委员会很高兴地报告，与 2020 年相比，所有类型的工伤事故（重大、较大、一般）均有所减少。

我们明确了造成事故减少的几个原因，这包括：

- 增加对险肇事故和轻微事故的上报，这已被证明可以减少导致重大伤害事故的发生
- 与 2020 年相比，与派遣中介建立更牢固的关系并提供更好的培训，从而减少这一群体的事故发生率

对这一时期事故的趋势分析表明，人工搬运是造成伤害的主要因素。这是现需改进的重点方面。

在去年的可持续发展报告中，我们分享了一个新的健康与安全矩阵。委员会（在 2021 年举行过两次网络会议）继续执行矩阵来制定并遵循零事故路线图。

我们计划评估柯雅各地公司的现状，并分享最佳实践以实现零事故的安全目标。我们的策略包括投资使用 Avertinone 移动应用程序进行早期危险因素辨识 - 即时通知安全团队来改进预防和响应。此类警报已在现场中发挥重要作用。

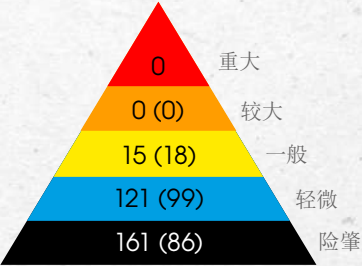
我们的进一步投资包括：

- 在法国投入近 100 万欧元来改善健康和安全：实验室改造、工厂机械设备更新换代、工位布局更符合人机工程学以及降低行人和叉车的碰撞风险。
- 通过增加机械防护来消除CTAM员工操作设备时夹伤的风险，并在高处走道周围安装更安全的护栏。
- 购买更安全的设备来降低人工操作风险。

我们投资了近

€1M

更好的健康和安全做法



地球保护



郑重承诺

足迹

减少排放仍然是柯雅的重点。

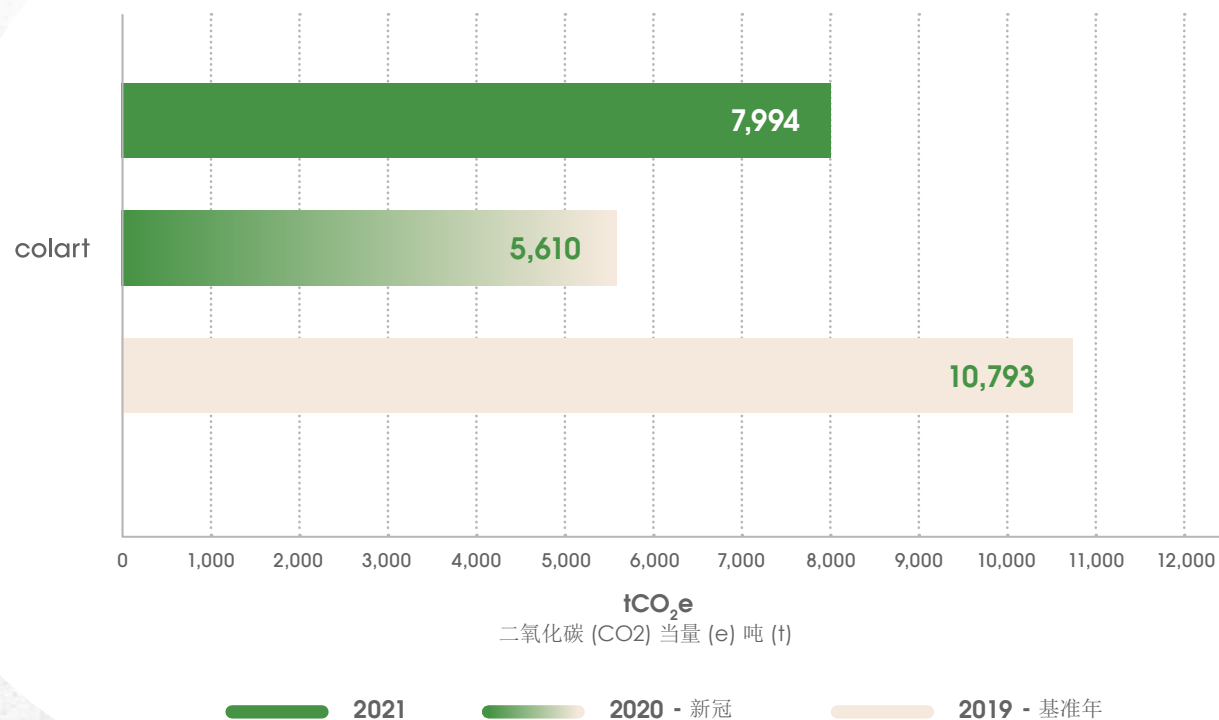


2020 年排放量增加了 42%，

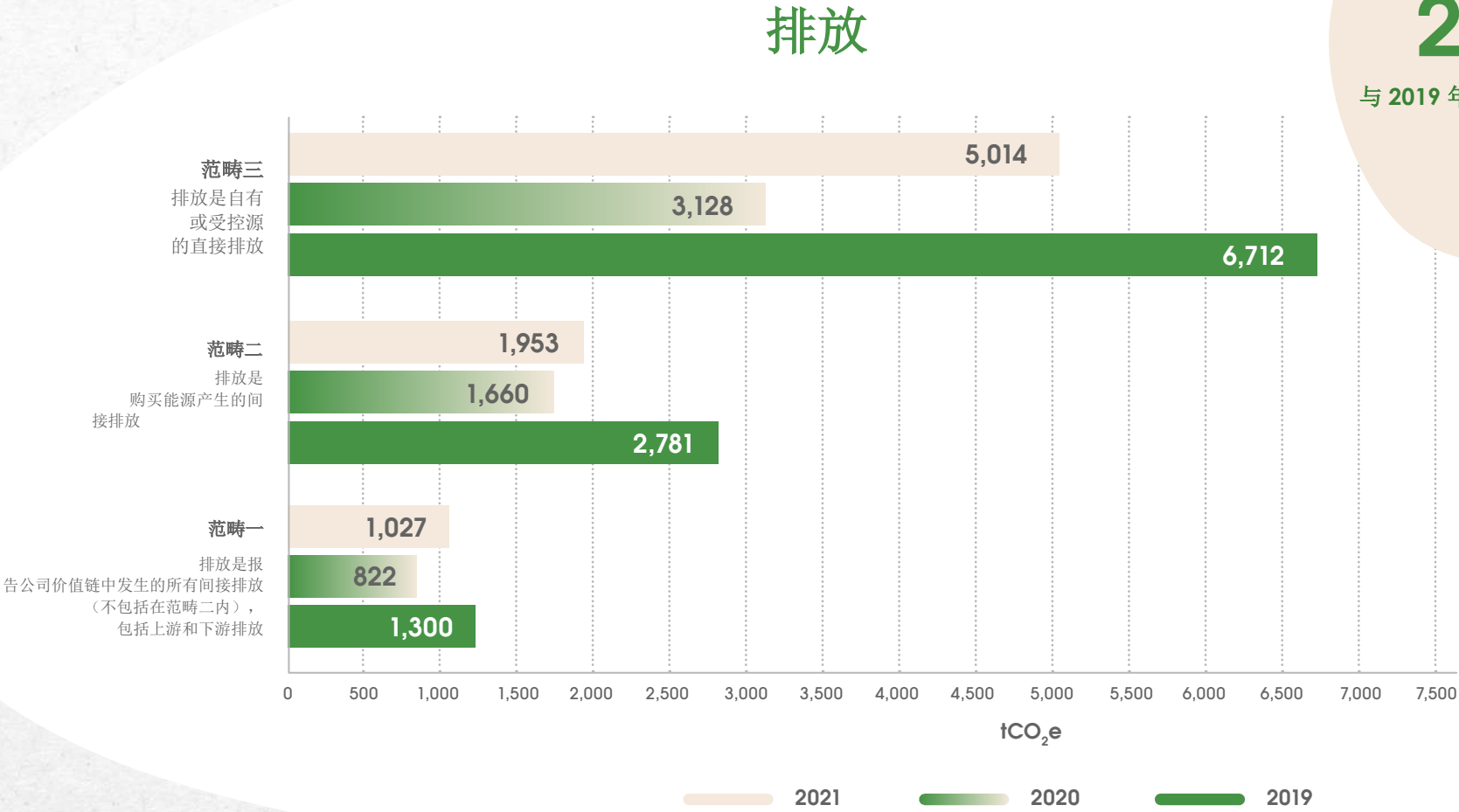
主要是由于新冠疫情。但是，与 2019 年相比，排放量已下降 27%。

大流行病可能对 2021 年的数据有一定的影响，但我们几乎回到了以前的水平。

排放



足迹 - 按范畴划分的排放量

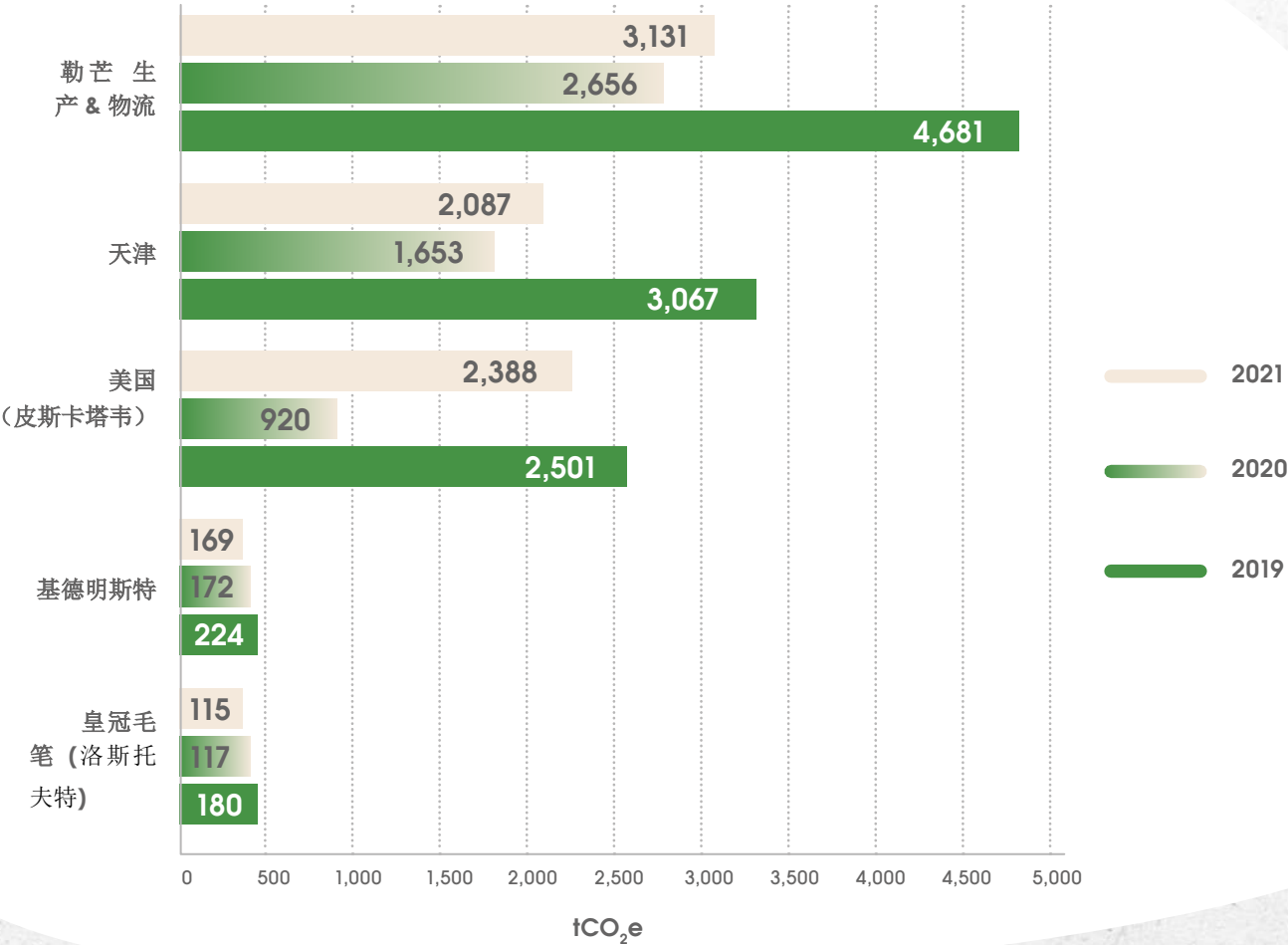


25%

与 2019 年相比，范畴三减少了

足迹 - 工厂排放

排放



足迹 - 工厂排放



2019/2020 年的对比

我们看到往正确方向的发展。

- 勒芒 - 33%
- 天津 - 31.95%
- 美国 - 4.52
- 基德明斯特 - 24.5%
- 洛斯托夫特 - 36.11%



勒芒工厂， 2019/20 年的 对比

- 根据排放量减少了 68% 的废弃物。
- 向外第三方交付增加碳排放，
但内向第三方交付明显减少。
- 场所排放量增加 6.64%。



天津工厂， 2019/20 年的 对比

- 根据排放量减少了 76.71% 的废弃物。
- 外向第三方交付物流碳排放减少 91%。
- 包装材料大幅增长 +249%
- 场所排放量增加 +12%

综合

空运与 2020 年相比增长了 15%，但比 2019 年下降了 91%。

范畴一和范畴二与 2019 年对比减少了

六个工厂中有四个转移到可再生能源合约。我们的勒芒工厂现通过停车场的太阳能电池板产生大约 9% 的能源。

目前，我们测量了范畴一和范畴二以及部分范畴三。

2022 年的重点是扩大范畴三的范围。在扩大范围之前，我们将检查前 40 种原材料和包装材料，了解它们对环境的影响。我们的目标是了解我们今天所处的位置，以便规划未来的碳中和。

我们总排放量的 64% 属于范畴三；随着我们进一步了解这些分类，我们预计此情况会增加。

SVHC



去除 SVHC

（高度关注物质）自 2017 年起一直是柯雅的关键 KPI。在法定期限到达之前，我们已主动去除了令人担忧的化学品原材料。



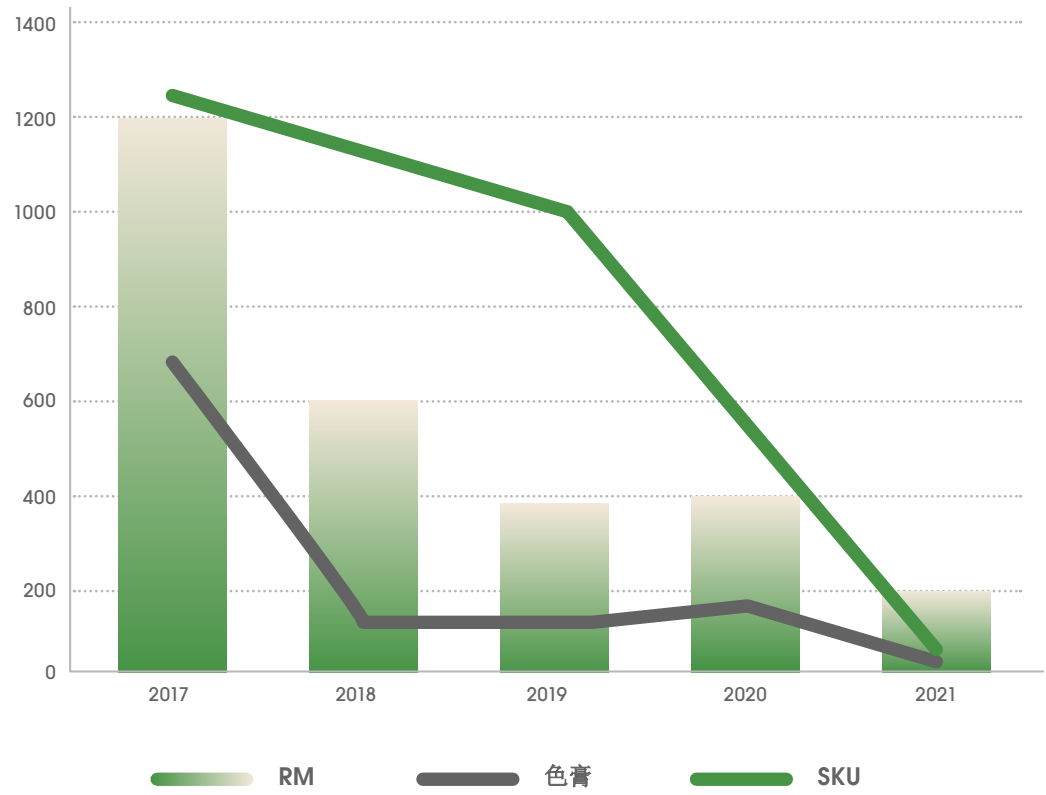
绿色交易

我们现今正处于雄心勃勃的欧盟战略“绿色协议”的开端。它的目标是让整个地区成为无毒环境。在接下来的两到三年内，我们预计将识别新关注化学品的信息。我们的目标是扩展我们的 KPI 并跟进这些进展，确保我们走在法律变革之前。



SVHC

减少高度关注物质

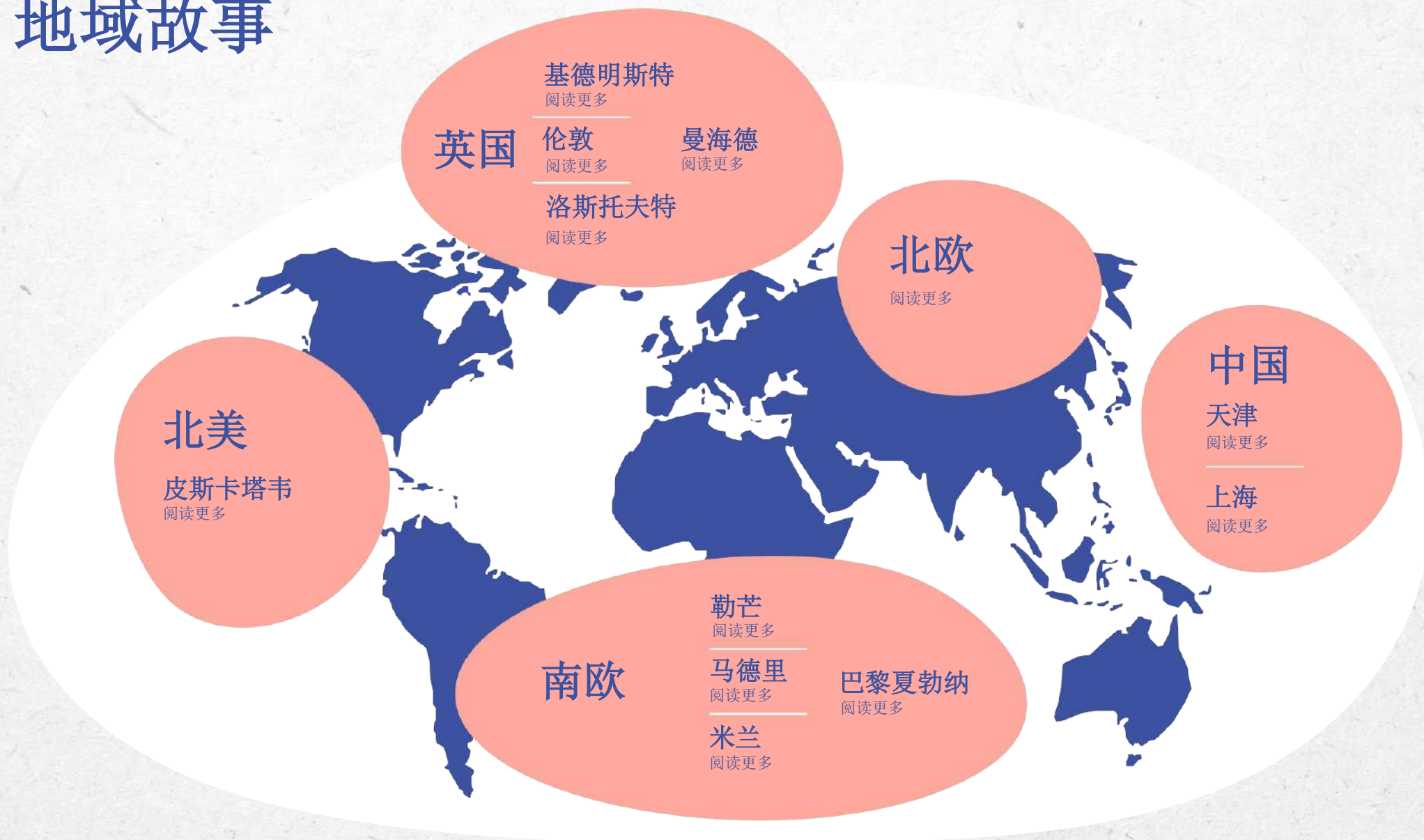


	原材料 (RM)	色膏 (颜料)	SKU (单品)
2017	12	639	1231
2018	6	70	1108
2019	4	62	997
2020	4	106	525
2021	2	15	29

地域故事

A close-up photograph of a hand holding a green glass dropper with a black cap, dispensing a dark green liquid onto a vibrant, abstract painting. The painting features broad strokes of green, yellow, and orange. In the background, another hand holds a small green bottle, and various art supplies like brushes and other bottles are visible on a workbench, creating a sense of an active artistic studio.

地域故事



地域故事 - 伦敦

自混合工作方式开始以来，伦敦幸福力团队即展开活动和风潮，鼓励员工取得更好的身心健康。

这是鼓励许多新员工融入柯雅大家庭的好方法。以下是该倡议的各方面摘要：

- 季节性派对和活动 - 在我们伦敦中心附近的 Elephant 空间举行夏季烧烤、冬季披萨和面部彩绘派对等。
- 在中国新年、情人节、忏悔节和圣帕特里克节等节日庆祝活动，包括“自制煎饼”站、发糖果和巧克力以及使用柯雅产品做的岩画比赛。
- 精彩早餐 - 特邀演讲者讨论工作场所的女性以及女性如何打破职场玻璃天花板等议题。
- 慈善合作伙伴活动 - 我们的幸福力团队和慈善合作伙伴 Hospital Rooms 发起一个鞋盒礼物募捐活动 - 为伦敦心理健康部门提供礼物（衣服、玩具或柯雅美术用品等等）。



地域故事 - 伦敦

我们与伦敦艺术大学 (UAL) 合作，开展一项针对艺术家社交外展的活动，让大家更了解我们的产品并建立人脉关系。

该倡议确立了美术学生和对我们品牌的忠诚度。我们讨论当前环境下我们的用料质量和诚信度，让零售商更了解我们。

这种关系让我们更深入地与受众交流，并给了我们机会

我们每年都会受邀参加一个专题讨论会，讨论我们的所有品牌特色。这包括：

- Liquitex 媒介演示
- 使用温莎&牛顿进行颜色混合
- 谈论乔治·菲尔德 (George Field) 和温莎&牛顿的文化传统。

来展示我们的品牌。艺术家和学术机构的认可使我们的品牌在大学和学科课程中独树一帜。

今年就有 Manyi Takor 的获奖提案它通过他人期望的经历来形成身份。它突显了 Liquitex 在专业背景下的潜能，展示了它可以从绘画到大型、特定地点公共艺术品的相关性。

同时，我们也是唯一受邀参加 UAL 技能周的外部合作伙伴。设计师、插画家和版画家与学生分享他们的活动。我们利用这个机会揭开了媒介的神秘面纱，解释了如何使用它们来发展设计和插图的各种想法。



英国柯雅 (Colart UK) 支持新兴美术家，并赞助约翰·莫尔绘画奖。

- 我们很高兴宣布 Kiki-Xuebing Wang 成为约翰·莫尔新锐艺术家绘画奖的首届获得者。
- 拥有温莎牛顿的柯雅英国 (Colart UK) 赞助该奖项，奖励刚踏入画家生涯的获奖者 2,500 英镑的奖金、同等价值的优质美术用品和一个令人兴奋的驻留机会。
- 获奖作品《Untitled (Loafer)》描绘了一个欲望的对象
- 一只鞋 - 距离如此之近，以至于这只鞋的外观都被扭曲了。因此，该物件及其价值尚不清楚。
- 温莎牛顿的夏洛特·卡顿 (Charlotte Caton) 说：“我们很高兴这个奖项授予给 Kiki。我们对她通过光线映射到物品上来展开想法这一方式非常感兴趣，她创造出美丽、令人回味无穷的作品。”

- 桑德拉·彭克思 (Sandra Penketh)，利物浦国家博物馆画廊执行董事评论道：“有这么多令人惊叹的作品参赛，我们很高兴能够将新锐艺术家绘画奖授予给一个具有无限前景的人。”
- “评委们被王雪冰的画作所带来的变革特色所吸引。我们非常期待看到她将来在哪里作画。”
- Kiki Xuebing Wang- 1993 年出生于中国 - 曾就读于伦敦皇家艺术学院和加州大学洛杉矶分校。
- 她的作品是入选约翰·莫尔绘画奖的 67 幅画作之一，在利物浦沃克美术馆展出。

地域故事- 皇冠 洛斯托夫特

人员

- 皇冠笔厂加入了精彩早餐活动（参见伦敦故事），员工参与率超过 80%
- 将一个以前不受欢迎的区域改造成一个布满鲜花和昆虫的花园
- 赞助当地青年体育俱乐部 The Corton Mambas
- Brush Operation 是首个选作试播短片“人物电影”的类别，用以教育、联系、协作和吸引现有柯雅员工的工具
- 团队发展是关键，培训人员领导力、员工管理、项目、急救、叉车驾驶和成人学徒等方面的技能

- 在质量系统管理和工程方面有两个关键职位
- 在洛斯托夫特工厂引入男女通用的洗手间
- 改造体验室，创建一个 20 多个座位的会议区，展示柯雅档案和博物馆作品，供同事和访客欣赏
- 在 2021 年，皇冠 庆祝了在洛斯托夫特制作画笔 75 周年的里程碑。这一庆典活动还推出了定制、个性化和限量版画笔及旅行套装。

75

周年
(2021年)
在洛斯托夫特
生产画笔



地域故事- 皇冠 洛斯托夫特

地球保护

减少消耗

- 我们正在推动工厂的可持续发展：使用低功率 LED 检测灯；用节能双层玻璃替换旧窗户；更换和重新密封单元/屋顶灯；安装变速压缩机；100% 绿色能源供应。

热性能

- 我们也在改善我们的厂房：高效的供暖系统；定制绝缘，改进控制；低能耗 LED 室内照明；建造房间隔间淘汰高能加热器。

利润

优化财务绩效

- 继续与 FSC 合作并成功通过 ISO9001 认证；减少整个工厂的纸张使用和能源消耗；新的物料需求计划系统；两台新的移印机替换了旧的操作系统。

纸笔工艺

- 生产手工制作的色卡和点卡。

热

性能不断提高，随着加热系统的改进



地域故事- 基德明斯特

在整个亚马逊包装和物流交付过程中DC7减少 一次性塑料用量的关键举措

减塑举措		2020（实际）			2021（使用一次性塑料，还没改变工艺）			2021（实际使用的一次性塑料）		
		售出数量	使用的袋子	塑料重量（公斤）	售出数量	使用的袋子	塑料重量（公斤）	售出数量	使用的袋子	塑料重量（公斤）
亚马逊相关	气泡袋	14,530	14,530	73	19,995	19,995	100	19,995	0	0
亚马逊相关	聚乙烯塑料袋 12 毫米 x 18 毫米	3,702	3,702	22	1,984	1,984	12	1,984	0	0
亚马逊相关的	聚乙烯塑料袋 6 毫米 x 8 毫米	17,386	17,386	17	93,315	93,315	93	93,315	0	0
物流交付相关的	气体包装袋	49,564	297,384	595	59,005	354,030	708	59,005	0	0
总计		85,182	333,002	707	174,299	469,324	913	174,299	0	0

- 在基德明斯特，我们的精神是不断挑战传统智慧。在 2021/22 年，我们推出了一些可持续性做法。我们继续积极鼓励员工以可持续性思维思考，并通过标牌和提醒语句来呼唤柯雅员工对人类和地球的可持续发展作出承诺。
- 2021 年的主要举措包括去除将近 1 吨塑料包装的使用。

地域故事- 基德明斯特

电动叉车

- 用电动叉车（一种更可持续的燃料选择）替换旧设备。这也避免了操作员要提起 18 公斤气瓶的需要。

工厂回收

- 积极回收，以选择最合适的纸盒而非最接近的纸盒为政策。这有助于减少我们物流运营的足迹。

步行/骑车上班

- 我们鼓励员工尽可能共享汽车、步行或骑自行车，我们将继续推广柯雅骑自行车上班的方案。

鼓舞每一位艺术家

- 我们在仓库进行过四次展示，请当地一位画家向员工展示如何使用丙烯颜料来创造效果。每个人在课程结束时都完成一幅画作。我们还通过TFAC UK 向艺术家和教育机构捐赠库存，以增加他们获得美术用品的机会。

慈善捐款

我们为当地慈善机构筹集了 1,000 多英镑，其中 532 英镑用于抽奖活动和义卖已停售库存产品。



£532

自 2021 年以来
进行的筹款和
捐款

地域故事- 曼海德

新的仓库管理系统

在 2021 年，我们推出了全新的仓库管理系统。新系统更环保，减少了整个厂区的大量文书工作，同时还有许多其他好处。

我们现在用的
标签衬纸是可
回收材质的。



我们还从脸彩和
身体彩绘颜料包
装中除去了塑料
包装。



3D 打印工具

内部 3D 打印工具提高了
工厂效率

- 优化货流
- 优化制造工艺

地域故事- 勒芒和巴黎夏勃纳

勒芒

生产制造

产量普遍较高，并且明确关注可持续性。这是由不断变化工艺和零部件来驱动；采取行动减少塑料；和产生更少的废弃物。

我们已通过 PROACTION 启动了一项持续改进计划。自 2022 年在勒芒推出后，这个项目将扩展至所有工厂站点，推动我们每天进行改进——用更少的原料来生产更多的产品。

我们不断挑战自己，目标是到 2030 年实现碳中和。计划于 2022 年开始，包括进行预算编制和战略技术审查。这展示了我们要实现成为可持续发展工厂的雄心。

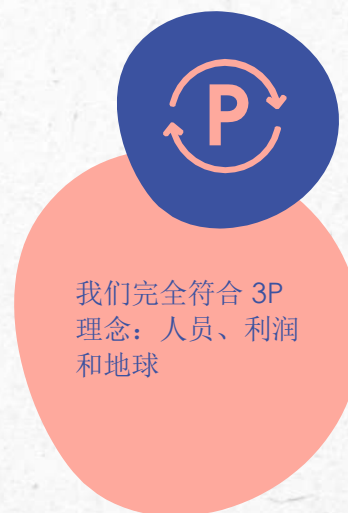
走向绿色

勒芒继续在尽可能地保护员工免受新冠的影响，已使其对制造、产量和服务水平的影响降至较低。

在改变运营以实现更可持续的方法方面，我们已转为完全的绿色能源电力合同；开始使用光伏装置自发电；投资了 7,500 升搅拌机和一条全新的全自动灌装线。这将减少电力和水的消耗。我们也在尽可能减少客户包装中的塑料使用。

员工安全

我们专注于事故分析和预防，以提高安全性
使用数字应用程序 - AVERTINONE - 让员工能够报告风险。
与2020年相比，事故总数已有减少，但我们还有更多工作要做。



我们完全符合 3P
理念：人员、利润
和地球

巴黎夏勃纳

柯雅三个传统品牌之家是一个集服务、启发、联系和所有艺术家聚集庆祝的独特场所。

- Conté à Paris, 1795 年：素描和绘画
- Lefranc Bourgeois, 1720 年：油画、水粉、乙烯树脂、丙烯和水彩
- Charbonnel, 1862 年：版画和镀金，在

2022 年，这些品牌将展示“L' Art et la Manière”：通过新的数字全球虚拟展厅将创意知识从巴黎传播到世界各地。

我们将通过研讨会、培训课程、聚会和演示来分享这个体验场所的新闻、活动和专业知识。

地域故事- 巴黎夏勃纳

让我们一起参观夏勃纳

面向巴黎圣母院的绝佳位置，
位于“世界艺术之都”巴黎的市中心



完美家园，一起见证历史和变革

- Conté à Paris 1795: 素描、粉彩
- Lefranc Bourgeois 巴黎: 1720 绘画
- Charbonnel Paris 1862: 版画和镀金



空间模块化

- 中央临时活动区、会议室，非常适合接待和演示
- 适应活动和产品的场景适应性
- 每季度举办一次活动：适合主题/演讲嘉宾/艺术家的场景

地域故事- 巴黎夏勃纳

打造品牌体验

面向着巴黎圣母院的绝佳位置的柯雅三个传统品牌之家，是一个集服务、启发、联系和所有艺术家聚集庆祝的独特场所。这里是三个集易用性、教育和可持续创新的法国先锋品牌的圣地：

- **Conté à Paris 1795 年：**
素描和绘画
- **Lefranc Bourgeois 1720 年：**油画、水粉、乙烯、丙烯，

和水彩颜料

- **Charbonnel 1862 年：**版画和镀金

这些法国品牌将通过计划于 2022 年建成的全新全球数字虚拟展厅，从巴黎向世人展示《l' Art et la Manière》的创造力和专业知识。

他们将在此全新体验场所通过研讨会、培训课程、公关会议和演示和大家分享他们的新闻、活动和专业知识。

夏勃纳的使命



一个促进创造力和可持续性的机会

零浪费活动、升级再造、材料设计、装饰文化遗产、精湛的技艺和现代性……

夏勃纳使命

- 世界知名版画店
- 柯雅的法国品牌之家
- 一个支持和激励全球艺术家的场所

一个“物质数字化”场地……

... 将品牌与文化及社会联系起来

- 社交媒体和游戏化：有趣的事实、演示、照片
- 即时促销和优惠券
- 根据场合和活动调整店内的音乐和灯光

是一个启发、联系和聚集庆祝的地方

地域故事- 马德里



Liquitex

Liquitex x 马德里艺术博物馆

我们参加了一个当代艺术博览会，汇集了西班牙和国际绘画、雕塑、平面艺术、摄影等方面的人才，为全球艺术界的一场全新展览。

我们支持地方创意，包括奖励丙烯艺术家价值 1,000 美元的 Liquitex 产品。我们还向展会上的所有丙烯艺术家赠送全新的重质颜料。活动目录提到了我们品牌，并在活动网站、电子通讯、新闻稿和社交渠道上特别展示了我们的标志。



WINSOR
&
NEWTON

温莎&牛顿 x 卡门蒂森博物馆（马拉加）

与卡门蒂森博物馆合作组织了一系列的温莎牛顿研讨会。在我们一位艺术家的带领下，参与者使用我们的产品运用油画和水彩技巧模仿了博物馆里展出的作品。

博物馆内和周围街道的气氛都很好。许多人喜欢这些课程，让我们的品牌与大家建立联系。



Liquitex x 马德里艺术博物馆获奖者，获得价值 €1,000 的 Liquitex 产品



与卡门蒂森博物馆合作的一系列温莎牛顿研讨会之一

地域故事- 米兰

Liquitex “Just Imagine” 艺术家驻留项目在意大利启动。

使用 *Insideart* 议题启发了品牌故事内容的讲述和交流：数字频道；公开征集艺术家；为两位新兴艺术家在罗马进行为期两周的有偿驻留；最后在画廊展出。

艺术家被邀请尝试使用丙烯颜料来发挥最大的表现潜力，并从 100 多名参与者中选出两名获胜者。

达米亚诺·哥伦比 (Damiano Colombi)

毕业于威尼斯美术学院的画家、研究员和创意调查员达米亚诺，对抽象、形式综合和技术实验产生了很大的兴趣。

在 Liquitex 驻留期间，他在大幅画布上进行了一系列的丙烯实验技术探索。

他的作品展示了丙烯颜料的多功能性，他测试了不同的粘度，并展示了丙烯颜料和媒介可实现的不透明度、透明度和各种效果的范围。

“我使用各种形式的丙烯：地面水平作业中的液体，结构干预的膏体和墙壁上的透明釉料。我喜欢它是因为它的多功能性和适合我创作的速度。我的研究是与丙烯颜料特性的紧迫对话。”



地域故事- 米兰

Liquitex “Just Imagine” 艺术家驻留项目首次在意大利启动。

伊娃·基亚拉·特雷维桑（Eva Chiara Trevisan）

画家、色彩师和创意者伊娃的艺术之旅始于孩提时代的绘画。后来她入读艺术学校，在学校里探索了颜色的重量、尺寸和特征。她毕业于威尼斯美术学院。

在 Liquitex 驻留期间，伊娃探索了丙烯颜料的独立性，及其潜力。

“在我的艺术研究中，我试图去除：框架、画布、纸张等绘画元素的支持。任何放下后再也不会脱落的东西。”



地域故事- 北欧

生日快乐！数以千计的荷兰儿童没有钱庆祝自己的生日。Stichting Jarige Job 为他们带来了生日礼物 - 今年我们为这些慈善盒子捐赠了 500 多个 Lefranc Bourgeois Enfant 工具包。

办公空间

我们关闭了瑞典办事处，并将荷兰办事处的空间减少了 60%，从而实现了 70% 以上的节能和共享服务带来的其他好处。我们还回收了 200 多公斤的硬件。资金捐赠给了世界自然基金会。

车辆

我们将公司车队减少了 7%，改用更可持续的选择：电动、混合动力和 Ad-Blue 车辆。与 2019 年相比，2021 年的公司里程数下降了 13%。

在家办公

我们推出了一种全新的混合工作模式 - 40% 办公室办公，60% 在家办公，以减少出行时间，同时提高员工的幸福感

出行

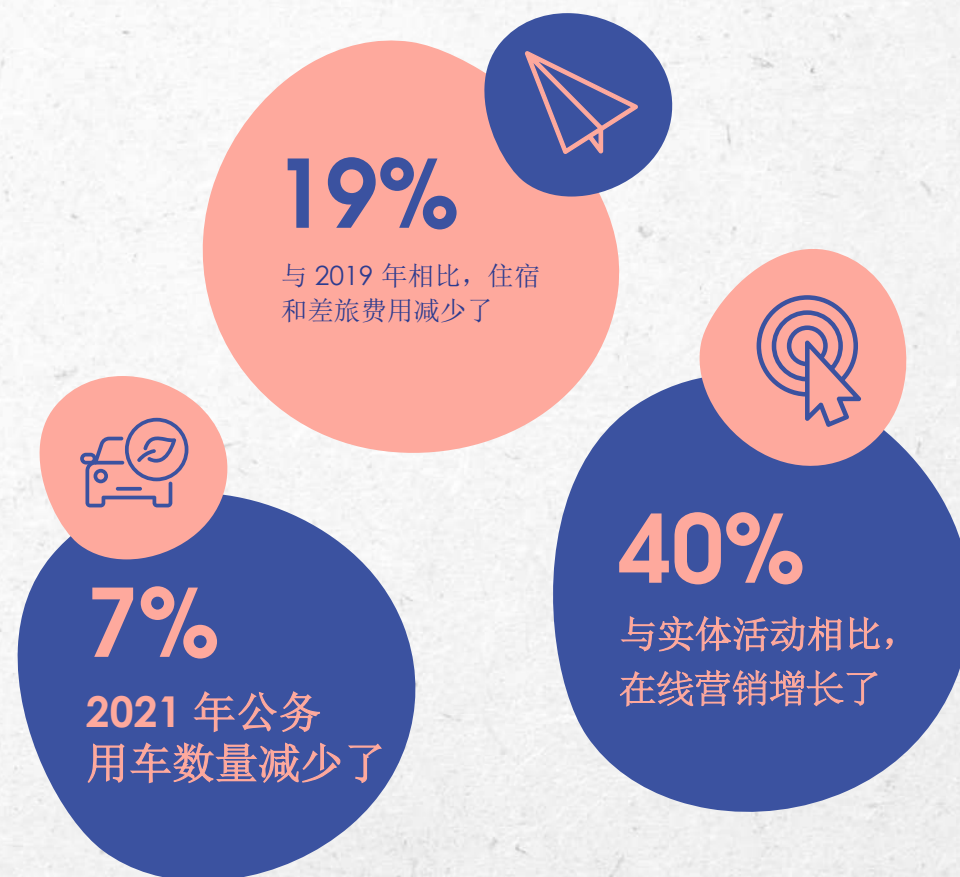
2021 年住宿和差旅费用较 2019 年下降了 19%。

网络营销

与店内互动相比，在线营销活动增加了 40%，这包括与网红人物合作并提供专属套装。点击率翻了一番。

“做得好”

在德国，我们向一个协助洪水受灾群众及清理该地区的工人
的食物营提供支援。这包括让员工在非工作时间提供协助。



地域故事- 皮斯卡塔韦

7%
DC4 分销费用
占销售额的 7%

(低于 10%)

第一次 GivHero 活动鼓励员工步行
1400 万步，为 NJ 的 Foodbank 筹
集了

\$2,000

80%
reduction in
lost hours

在 DC4 中停止使用塑料枕头
包。

与 2019 年相
比，年终库存准确
率达到 **97%**
以上 (无 P.I.)

\$400k

的温莎牛顿马克笔捐赠
给纽约市学校

地域故事- 天津

柯雅中国在数字化转型方面取得了长足进步，大大减少了纸张的使用。



2021 Wellbeing @ CTAM 工作场所设施的升级



工厂趣事 - 天津

员工幸福力活动贯穿整个日历，这包括：

- 绿色生活方式讲座
- 皮具 DIY
- 比赛日
- 旱地冰壶
- 其他举措包括：
- 中国 EAP - 关爱通答心服务（包括 24 小时热线和在线咨询的）
- 为全体员工投保商业补充医疗保险
- 在制色车间使用电动托盘搬运车，取代人工搬运。

2021 年的审计更新包括 **SMETA**；**ISO 9001**、**ISO14001** **ISO 45001**；得文明位称号。

杀菌剂组合配方更新 - 以符合更新的杀菌剂

在欧盟的分类，实现产品的可持续发展，我们与英国法规部门合作更换和调整 CTAM 现有产品中使用的杀菌剂，包括：

- 歌文水彩
- 温莎&牛顿水彩和丙烯颜料
- T柯雅水彩
- Liquitex 丙烯颜料 瓦斯帕丙烯颜料
- 画室丙烯颜料
- 罗浮 丙烯颜料

CTAM 智囊库项目推动了持续改进

自 2021 年项目升级以来，2021 年总提议数为 84 个；是上一年的 2.5 倍。100 多名同事参与了提案或提案的实施表明全体员工均在为运营改进做出贡献。

我们的前五个提议是：

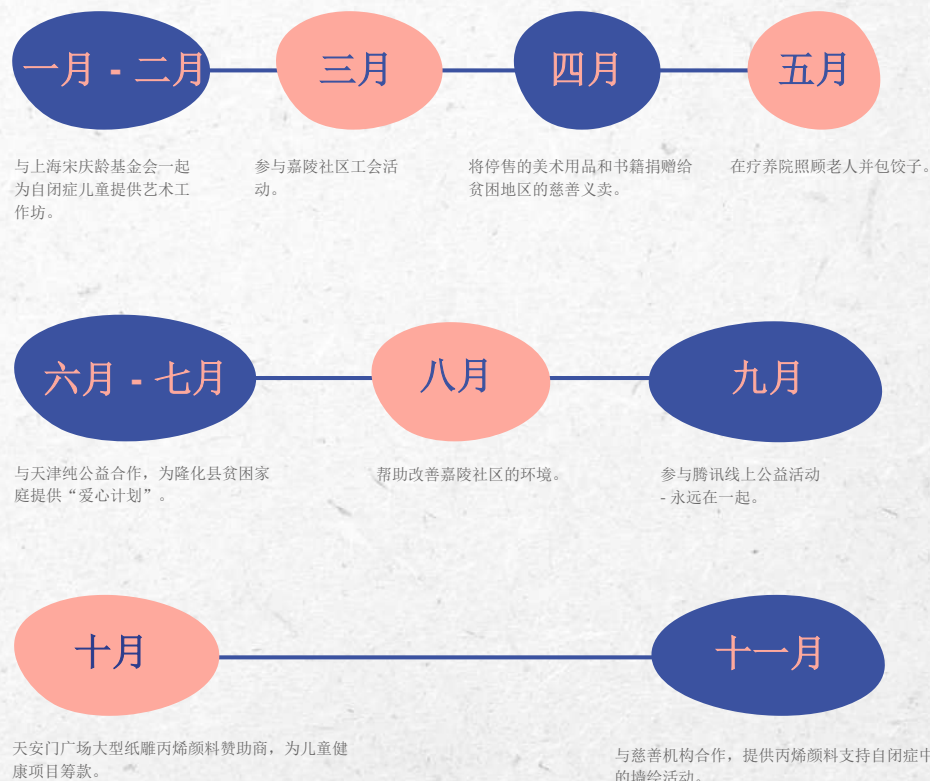
- 优化包装以改善效率和节约成本
- 有效再利用报废库存以挽回损失
- 改进设备设施，提高安全性、效率和准确性。
- 改为 RPET 吸塑 - 38 款
- 将以这种方式采购吸塑，以符合欧盟法规。
- 进行标签更新项目以更新包装包含有关杀菌剂和二氧化钛的信息 - 合规且更具可持续性。CTAM 中约有 530 个品项将在 2021/22 年期间发生变化。

对设施进行绿色升级

化碳排放。

- 安装了两个新的排气扇，对毛笔点胶工序使用活性炭吸附，以减少 VOC 排放，使车间更安全。

- Implemented electric pallet lift trucks in the colour-making workshop, replacing manual transfer.
- 我们新的空压机项目采用变频控制方法，比之前节能 30% 左右，减少二氧化碳排放。



地域故事- 上海

我们的上海工厂致力于以下可持续发展举措：



产品

- 用 RPET 替代吸塑，套装产品（149,000 件）。
- 完成条码过渡项目，涉及 958 个SKU。



The Fine Art Collective (TFAC)

- 定期组织在线培训课程来支持客户（160 多人）。
- 在顶级学院中成功举办讲座。
- 在一所著名艺术学院里，TFAC 就温莎牛顿的油画和媒介进行了讲座，吸引了大批的学生和老师。



数字化与电子商务

- 将品牌的社交粉丝人数增加到超过 359,000 人。
- 开展水彩互动活动，以激发消费者并营造 水彩创作氛围。
- 水彩册漂流活动邀请了全国 21 位艺术家接力创作，增加了 2,000 名粉丝，1.2 亿浏览量和 170,000 人次互动。
- 12 月的活动还激励了创意专业人士用自己的作品定制了 2022 年日历。

计划与目标

在 2021 年，我们开始了可持续包装之旅 - 从引入包装指南到重点关注不必要包装的项目。

2021 年进行的重要性评估得出结论的是，包装是一个关键问题，也是一个机遇。

使用传统的“4R”方法：去除、减少、再利用、回收，我们已能够消除不需要的东西。

在此之后，我们改进了运输材料，例如改用纸带，用纸质地址标签代替塑料地址标签。

我们能够使用 Sedex（供应链透明度工具），来了解供应链的全部价值以及我们可以改进的领域。

由于我们的目标是在实施战略之前了解这些排放，范畴三是 2022 年的重点。部分战略将包括“前40个项目”和记录商务旅行成果。

我们已获得 FSC 认证，我们 80% 的木材和纸制品均获 FSC 认证，我们正努力确保所有的木材和纸制品均以负责任的方式采购。

我们的品牌计划现将可持续性纳入整个 NPD，并在每一步都评估可持续性。柯雅品牌将继续考虑可持续性对我们的意义，与更广泛业务的目标和抱负保持一致。

我们一些产品的配方是在一个多世纪前制定的，很难找到替代、可持续的解决方案。但我们的创新计划将确保我们能跟上发展的步伐，提高产品组合的可持续性。

产品使用寿命仍然是一个挑战。但是，我们将继续研究解决方案，以帮助改进这一方面。我们正研究根本原因，以了解我们的主要产品是否可更改，以及是否对产品性能造成影响。

计划与目标

社会影响

(目标 5000ppm) 2022 - 3500ppm
2023 - 4000ppm
2024 - 4500ppm
2025 - 5000ppm



事故

(工伤事故目标为零)
2022 - 0 起事故
2023 - 0 起事故
2024 - 0 起事故
2025 - 0 起事故



减少二氧化碳碳排放

(目标 -5% 同比)

2022 - -5%
2023 - -5%
2024 - -5%
2025 - -5%



疾病

(<3%)
2022 - 3%
2023 - 3%
2024 - 3%
2025 - 3%



可再生能源

从可再生能源购买的所有电力的百分比

2022 - 30%
2023 - 35%
2024 - 40%
2025 - 45%



计划与目标

减少危险 废弃物

(目标 -50% 同比)

2022 - 10%
2023 - 20%
2024 - 40%
2025 - 50%



减少 水用量

(目标-1%)

2022 - 1%
2023 - 2%
2024 - 2%
2025 - 2%



可持续包装：去除、 减少、再利用、回收

(目标 -5 个项目)

2022 - 5 个项目
2023 - 5 个项目
2024 - 3 个项目
2025 - 5 个项目



2021-2022年度可持续发展报告

柯雅国际有限公司 (Colart International Ltd.)
地址: Hucklefree West, The MediaWorks
Building, 191 Wood Lane, London, W12 7FP

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

 [@colart_united](https://www.instagram.com/colart_united)

[@colart_united](https://www.instagram.com/colart_united)



colart