



Onze Impact

Er is veel mis in de wereld van de persoonlijke verzorging: douchegels vol microplastics, zonnebrandproducten met schadelijke UV-filters,

crèmes op basis van petroleum en shampoos met SLES (schuimmiddel). Niet nodig, denken wij! En dus doen wij het anders: goede verzorging voor de hele familie, met zo min mogelijk impact op de planeet. Zodat onze producten niet alleen goed zijn voor je baby, maar ook voor de baby van de baby van je baby. Zo veranderen we de wereld van de persoonlijke verzorging.

Wij geloven dat bedrijven verantwoordelijkheid hebben en dat winst en impact niet alleen samen kunnen, maar ook moeten gaan (we zijn niet voor niets een **B-Corp**). Daarom zijn we continue bezig met het verbeteren van onze producten en het verkleinen van onze impact. Onze droom? Klimaatneutrale en plasticvrije producten. Babystapje voor babystapje. Maar hoe ver zijn we nou precies en hoeveel impact maken we echt? Goeie vraag! Daarom hebben we onze stappen zo concreet mogelijk gemaakt. Zo kunnen wij, en jullie, precies zien hoever we zijn en waar we naartoe willen.

Good Care, Worry Free: wat bedoelen we daar nou mee?

Wij willen zo goed mogelijk voor mens & huid zorgen

We kunnen je een ding beloven: we zullen je nooit iets verkopen wat we niet voor onze eigen kinderen zouden gebruiken. Dat betekent dat we er bewust voor kiezen om alle ingrediënten te vermijden die mogelijk een risico vormen voor de gezondheid of negatieve effecten zouden kunnen hebben. Daarom zijn al onze producten vrij van microplastics, zonder SLES en voor minstens 92 procent gemaakt van ingrediënten van natuurlijke oorsprong. Waar mogelijk zullen we altijd het natuurlijke alternatief kiezen. En: we zullen altijd eerlijk zijn en geen valse claims doen. Om zo de wereld van de persoonlijke verzorging hopelijk iets transparanter te maken. Difficult words don't moisturize!

De volledige lijst van ingrediënten en een uitleg van de keuzes die we maken, kun je [hier](#) vinden.



We willen zo goed mogelijk voor de planeet zorgen

Alles wat we maken, heeft impact op de planeet.
Zorgen voor de toekomstige generatie, betekent ook

zorgen voor de wereld waarin zij opgroeien. Daarom proberen we alles wat we doen zo duurzaam mogelijk te doen, om zo onze impact te verkleinen. Om dit wat concreter te maken, hebben we drie duurzame doelstellingen opgesteld. Scroll verder om meer over deze doelstellingen te lezen

Good sunscreen can be seen!

We werken hard aan het verbeteren van de formule van onze zonnebrand die niet alleen goed is voor de huid, maar ook minder schadelijk voor het milieu.

Good care voor de wereld betekent good care voor de oceaan. De oceaan is eigenlijk een ongekende supermacht. Het absorbeert 99 procent van de opwarming van de aarde. Kortom, de oceaan speelt een belangrijke rol in de strijd tegen de opwarming van de aarde.

Elk jaar belandt 14.000 ton zonnebrandcrème in de oceaan. Meer dan driekwart van de verkochte zonnebrandcrèmes in Nederland bevat een chemisch filter. Sommige van deze chemische UV-

filters, zoals oxybenzone en octinoxate, zijn bewezen schadelijk voor het koraal.




Vanuit Naïf wilden we hier iets aan doen. In 2016 lanceerden we onze eerste minerale zonnebrandcrème, met een minerale filter op basis van zinkoxide (non-nano). In 2022 lanceerden we onze eerste zonnelotion (naast onze crèmes) en voegden een 0% parfum optie toe aan ons assortiment.

In Nederland had in 2022 slechts 2 procent van de verkochte zonnebrandcrèmes een minerale filter. Het grootste deel hiervan was eigenlijk van ons. Daarom weten we dat er nog veel werk te doen is om het koraalrif en jouw huid op hetzelfde moment te beschermen.



The title 'GOOD CARE REPORT' is written in large, bold, teal letters. A small orange crab is positioned between the 'O's of 'GOOD' and the 'A' of 'CARE'. A pink coral-like shape is positioned to the right of the 'T' in 'REPORT'. A vertical dotted line is on the left, and a horizontal dotted line is below the text.

GOOD CARE REPORT

-  Highs and lows from the year 2022
-  Happy with the results
-  Happy to look ahead

Impact Rapport

Groot nieuws! Ons eerste impact rapport is uit en het bewijs is daar: we zijn bezig om samen met jullie de persoonlijke verzorgingsindustrie te veranderen,

babystapje voor babystapje. We geloven dat transparantie de weg naar vooruitgang is, en dus meten we onze impact en delen we onze successen en uitdagingen. Het rapport zit vol inzichten die bewijzen dat wat we doen werkt. We willen de standaard zetten voor de industrie en dit rapport laat zien dat we op de goede weg zijn. Ook dankzij jullie!

[Lees meer en bekijk ons Impact Rapport hier!](#)

Naïf's Duurzame Doelstellingen

1. We willen onze ecologische voetafdruk verkleinen.

Dit doen we op verschillende manieren:

CO2 voetafdruk verminderen

Wij geloven dat duurzaamheid de enige toekomst is. In de strijd tegen klimaatverandering, streven we naar een duurzame onderneming met zo min mogelijk CO2-uitstoot. In alle facetten van ons bedrijf en ook bij onze partners. Van productie tot verzending.

Milieuvriendelijke(re) verpakkingen

Verpakkingen zijn een van de grootste uitdagingen binnen de persoonlijke verzorgingsindustrie. Daarom werken we continue

aan het verbeteren hiervan. Dit doen we in samenwerking met onze producenten, maar ook met andere B-corps in een speciale werkgroep over de verpakking van de toekomst. Wat dit betekent?

- We zullen altijd proberen om het beste alternatief voor (virgin) plastic te kiezen: op dit moment zijn al onze tubes van bioplastic, gemaakt van suikerriet. Destijds was dit het beste alternatief, maar binnenkort stappen we over op gerecycled plastic.
- Verminderen van (onnodige) verpakkingsmateriaal. Denk hierbij aan het beperken van onnodige doosjes om tubes, maar ook de introductie van onze navulverpakkingen, waarmee we tot 5 tubes kunnen besparen.
- We zullen plastic, waar mogelijk, altijd vermijden in onze keten. Denk hierbij aan plastic gebruik bij verzending, logistiek en op kantoor.

Beschermen van de biodiversiteit

Alles wat we maken, heeft impact op het milieu. Door bewuste keuzes te nemen over wat we wel en niet in onze producten stoppen, hopen we deze impact te minimaliseren. Zo kiezen we ervoor om de volgende ingrediënten wel of juist niet te gebruiken:

- Natuurlijke ingrediënten: onze producten bestaan voor minstens 92 procent uit ingrediënten van natuurlijke oorsprong
- Geen microplastics: geen van onze producten bevatten microplastics. Microplastics dragen bij aan de plastic soep in de oceaan. Zo'n 2 procent van al het plastic in de zee is afkomstig van microplastics uit persoonlijke verzorging. Wij kiezen ervoor dit uit al onze producten te laten.
- Koraalvriendelijk UV-filters: onze minerale filters bevatten geen oxybenzone of octinoxate zoals sommige chemische UV-filters. Deze stoffen kunnen het koraal aantasten en

daarom kiezen we ervoor deze uit onze zonnebrand te laten.

- Zo min mogelijk water: water is heel belangrijk. Daarom beperken we het gebruik van water bij onze productie.

We weten hoe verwarrend het kan zijn om te bepalen welke ingrediënten je wel of juist niet wil gebruiken. Het wordt steeds ingewikkelder om de ingrediëntenlijst van een product te ontcijferen. Dat moet anders vinden wij! Daarom hebben we alle ingrediënten die we wel of juist niet gebruiken op een rij gezet. En ook de claims die we bewust niet (meer) maken. Zodat jij weer naïef de winkel in kan stappen!

2. We willen het goede voorbeeld geven!

Een beter milieu begint bij jezelf. Daarom willen we laten zien dat het beter kan én moet. Door bewustzijn te creëren bij zowel de consument als bij andere bedrijven binnen onze industrie hopen we de wereld van de persoonlijke verzorging te veranderen.

3. We willen families helpen

Ons motto is good care, worry-free! Dat betekent dat we families willen helpen. Natuurlijk in eerste instantie door goede persoonlijke verzorging te maken, maar dat is niet genoeg. Wij geloven dat kinderen de toekomst zijn en dat we op alle mogelijke manieren voor die toekomstige generatie moeten zorgen. Daarom investeren we in deze generatie via sponsoring en onderwijs.