

Objectif RSE Colgate-Palmolive

Agir pour donner le sourire



« Présent dans près de 6 foyers sur 10 dans le monde¹, par ses marques et produits, la responsabilité du Groupe Colgate-Palmolive est grande. C'est pourquoi nous sommes engagés, depuis les années 2000, dans la réduction de notre impact environnemental mais aussi dans une démarche active de progrès social.

Notre stratégie de RSE 2020-2025 voit aujourd'hui son échéance approcher. D'ici 2 ans, grâce au dynamisme et à l'envergure des actions entreprises, ainsi qu'au chemin déjà parcouru, nous sommes pleinement confiants dans l'atteinte des objectifs que nous nous sommes fixés. Plus que jamais, nous sommes déterminés à faire avancer et concrétiser nos ambitions pour un monde plus juste et plus durable. »

Caroline Brucker
Directrice RSE France & Benelux
Responsabilité Sociétale et Environnementale

¹Kantar Brand Footprint Report 2021, Pénétration Colgate 57,3%

Colgate-Palmolive, une entreprise fondée en 1806 et présente dans plus de 200 pays

Depuis le début de notre histoire, liée au bien-être et à l'hygiène, l'innovation est notre moteur. Notre fondateur, William Colgate, débuta ainsi l'aventure en 1806 par la vente de savon de ménage. En 1896, Colgate® va être à l'origine d'une révolution : après avoir lancé le dentifrice en pot dès 1873, la marque invente la toute première pâte dentaire vendue dans un tube pliable. Un lancement pionnier qui contribua, à l'époque, à démocratiser le brossage des dents et à améliorer la santé bucco-dentaire de millions d'enfants et d'adultes.



1806

William Colgate lance une entreprise d'amidon, de savons et de bougies sur Dutch Street à New York.



1873

Colgate® lance son premier dentifrice en pot. La marque célèbre ainsi, en 2023, ses 150 ans d'innovations !



1928

Colgate fusionne avec Palmolive-Peet pour devenir la Colgate-Palmolive-Peet Company.



1953

Colgate-Palmolive Company devient le nom officiel de la société.

— Présente en France dans **quatre** secteurs clés —

1 L'HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE

2 LES SOINS DU CORPS

3 L'ENTRETIEN DE LA MAISON

4 LE SOIN DU LINGE

Nous avons une responsabilité d'autant plus grande que nos produits touchent à la fois l'hygiène du corps et la propreté de la maison.

Accélérer les transformations pour s'engager durablement

Parmi les **3 ambitions** majeures de notre programme RSE 2020-2025, nous souhaitons à la fois :



GÉNÉRER
un Impact Social



PRÉSERVER
notre Environnement



SOUTENIR
des Millions de Foyers

avec comme objectif : agir pour **donner le SOURIRE !**

Concrètement, nous allons décliner un dispositif de **11 actions** visant à :



Encourager nos collaborateurs à faire la différence



Créer un monde plus inclusif



Aider les jeunes générations, les familles et les membres de la société à s'accomplir



Concevoir des produits durables



Proposer des habitudes durables pour la vie



Promouvoir des relations fortes et durables entre les animaux de compagnie et les personnes²



Éliminer les déchets plastiques



Économiser l'eau



Assurer une stratégie de développement durable



Participer à des mesures en matière de changement climatique



Être la référence avec des installations zéro déchet

GÉNÉRER UN IMPACT SOCIAL

Parité, inclusion et diversité au coeur de nos engagements sociétaux

Nos valeurs fondamentales de bienveillance, de travail d'équipe à l'échelle internationale et d'amélioration continue, sont intrinsèquement liées à notre culture d'intégration et de diversité.

SENSIBILISER LES ENFANTS À L'HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE EN FRANCE ET DANS LE MONDE

Le programme Colgate® « Sourire éclatant, Avenir brillant » lancé en 1991, vise à sensibiliser **2 milliards d'enfants** à l'hygiène bucco-dentaire dans le monde.

En France, en partenariat avec l'UFSBD (Union Française pour la Santé Bucco-Dentaire), nous avons élaboré : « **Des dents saines pour des enfants heureux** ». Via ce programme, nous mettons à disposition des enseignants et des professionnels du soin dentaire qui en font la demande, **des livrets et des kits pédagogiques à destination des plus jeunes**, afin d'encourager un apprentissage des **bons gestes de l'hygiène bucco-dentaire**. Porté depuis 4 ans par la marque elmex® ce programme est renouvelé chaque année et a permis de sensibiliser près d'1 million d'enfants.

RECOMMANDÉ
PAR LES DENTISTES DE
l'ufsbd
UNION FRANÇAISE POUR
LA SANTÉ BUCCO-DENTAIRE



NOS INITIATIVES POUR ENCOURAGER UN BIEN-ÊTRE GÉNÉRAL AUTOUR DE LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION

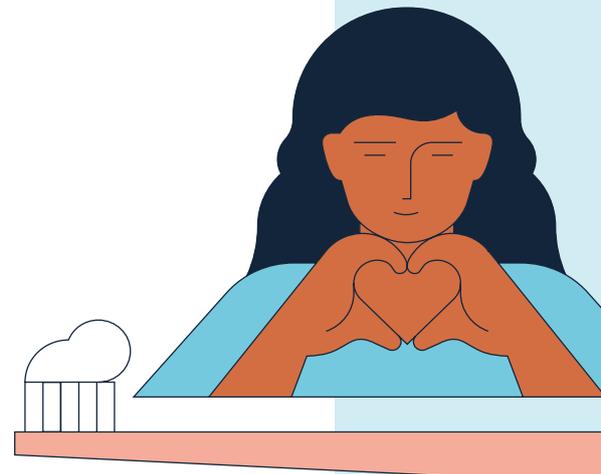
BIEN -ÊTRE AU TRAVAIL & MÉCÉNAT

Nos collaborateurs peuvent consacrer une journée par an à une initiative solidaire. Depuis 2022, Colgate-Palmolive France **soutient et agit** auprès de **l'association Premiers de Cordée**. Toujours en lien avec les thèmes de l'enfance, de la santé et du bien-être, celle-ci s'est donné pour mission de **rendre le sourire aux enfants hospitalisés grâce au sport** en :

- Proposant des **activités sportives adaptées** à des enfants hospitalisés ou évoluant dans un milieu médicalisé, grâce à **un réseau de bénévoles et éducateurs sportifs**.
- Menant des **campagnes de sensibilisation aux handicapés** dans les entreprises et dans des établissements scolaires.



premiers
de cordée



Notre collaboration avec l'association Premiers de Cordée se poursuit en 2023 autour de plusieurs initiatives, parmi lesquelles notre implication dans :

- **Les Journées évasions :** en 2022, près de 5 500 enfants malades et/ou handicapés et leurs accompagnants ont été accueillis dans une enceinte sportive pour se changer les idées, se dépenser, faire des rencontres et se divertir... Nos collaborateurs volontaires participent à l'animation de ces journées.
- **La Semaine du sport à l'hôpital :** nous apportons un soutien financier à cette action, qui se déroule en septembre, et à laquelle, là encore, des collaborateurs volontaires participent.
- **La Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées :** organisée en novembre, celle-ci se traduit par des sessions de sensibilisation aux handicaps auprès de l'ensemble de nos collaborateurs, dispensées par les membres de l'association Premiers de Cordée.

GOUVERNANCE

Nous sommes engagés auprès des femmes et hommes qui composent notre Groupe dans le but de **garantir des évolutions de carrière et de rémunération équitables et justes**. Colgate-Palmolive s'implique au niveau mondial pour promouvoir la parité au sein de ses équipes. Ainsi, plus de 58 % de nos scientifiques en R&D dans le monde sont des femmes. **En France, notre direction est composée de quatre femmes dont notre General Manager Anne-Sophie Gaget, et de trois hommes.**

Une préoccupation qui se trouve au cœur de notre politique RH et se traduit par un suivi permanent de notre index d'égalité professionnelle. **En 2022, Colgate-Palmolive a ainsi obtenu la note de 92/100 en moyenne au sein de ses filiales françaises.** Ces résultats reflètent l'implication de notre groupe à **assurer un salaire égal à tous ses collaborateurs et de belles opportunités de progression.**

*Notre engagement ?
Continuer d'offrir une égalité de traitement pour tous !*

POUR EN SAVOIR PLUS

MISSION HANDICAPS

Colgate-Palmolive France a lancé sa Mission Handicaps en 2021, dans l'objectif de **lever les tabous et d'accueillir davantage de collaborateurs en situation de handicap.**

À la suite d'un **audit mené avec le soutien de l'Agefiph**, une organisation qui agit en faveur de l'emploi des personnes handicapées, une équipe de **6 collaborateurs Colgate-Palmolive** a été mise en place pour **former la Mission Handicaps**. Leur mission est de **sensibiliser les collaborateurs** à travers des actions d'informations, de formation des managers, mais aussi de rencontres pour favoriser le partage d'expérience. **La Mission Handicaps accompagne également nos Responsables des Ressources Humaines dans le recrutement de futurs collaborateurs ayant le statut RQTH.**

Au terme de 2 années de travail, le résultat est déjà visible : Colgate-Palmolive a ainsi **doublé le nombre de collaborateurs ayant le statut RQTH**. Nous avons encore du chemin à faire, mais nous nous situons, avec **10 collaborateurs en situation de handicap, à la moyenne nationale.**

Par ailleurs, le handicap peut aussi faire partie de la vie personnelle et toucher un proche dans l'entourage de nos collaborateurs. En 2023, Colgate-Palmolive France a donc décidé de **transformer les 12 jours par an "enfants malades" en 12 jours aidants**, afin que chacun puisse prendre soin d'un proche dans le besoin.



SOUTENIR DES MILLIONS DE FOYERS

L'innovation d'aujourd'hui : clé des défis de demain

Grâce à nos marques iconiques, nous sommes fiers des défis relevés en matière d'innovation dont chaque lancement de produit est la preuve. Nous travaillons à la fois sur le contenu et le contenant avec, encore et toujours, un unique objectif : proposer des produits toujours performants, profitant de formules et d'emballages dont l'impact environnemental est réduit dès que cela est possible.

NOS OBJECTIFS EMBALLAGES D'ICI 2025

0%

emballage inutile

50%

de matériaux recyclés incluant 25% pour les plastiques

100%

des emballages recyclables, réutilisables ou compostables

NOS RÉSULTATS 2022 EN FRANCE³

87%

d'emballages recyclables ou réutilisables

ET D'ICI FIN 2023

98%

des ventes en recyclable ou réutilisable faites sur les dentifrices de la marque Colgate® en France

DES RÉSULTATS OBTENUS NOTAMMENT GRÂCE À NOTRE INNOVATION PIONNIÈRE : LE TUBE RECYCLABLE EN PEHD MONO-MATÉRIAU

Précurseur, le groupe a lancé, en 2019, son **1^{er} tube de dentifrice en plastique recyclable**, fabriqué en PEHD mono-matériau. Le déploiement mondial de cette technologie **sur l'ensemble de nos références et marques de dentifrices**, qui a nécessité 5 ans de développement, sera **achevé d'ici 2025**. Pour en maximiser l'impact positif, sa **mise en open source à destination de tous les fabricants de produits** en tube souple est l'occasion de prises de parole dans les forums professionnels internationaux. En France, **cette technologie a été présentée à certains clients de la grande distribution pour leurs marques propres**, ainsi qu'à d'autres industriels, via l'Illec notamment.

Par ailleurs, **les acteurs majeurs du marché se sont également engagés en 2021 à se convertir au tube recyclable en PEHD mono-matériau**. Sachant que Colgate-Palmolive et 3 autres groupes représentent près de 86%⁴ du marché français des dentifrices, il s'agit là d'une annonce et d'une avancée majeures.



³ Données internes Colgate-Palmolive. Chiffres d'Affaires 2022
⁴ AC Nielsen (GMS) + OpenHealth (Pharmacie + Parapharmacie) Année 2021

DES INNOVATIONS TOUJOURS PLUS ENGAGÉES



Dentifrices Colgate® Extraits Naturels Bio

Certifiés cosmétiques biologiques par ECOCERT, ils sont composés de **99,7 % d'ingrédients d'origine naturelle**. Contenant 1 450 ppm de fluorure, ces dentifrices assurent une **protection anti-carie** efficace. Leur tube est recyclable, fabriqué avec soin dans une usine européenne engagée qui a obtenu la **certification mondiale TRUE™ Zero Waste⁵ en 2021**.

Gels Douche Sanex® Natural Prebiotic issu de l'Agave Bio

Des gels douche formulés avec **92 % d'ingrédients d'origine naturelle⁶**, **0 % de sulfates⁷** et enrichis en inuline, un prébiotique naturel issu de l'agave bio. Leurs bouteilles, ainsi que leurs bouchons sont **produits dans une usine certifiée TRUE™ Zero Waste⁵, et sont recyclables**. Les variétés Nourishing et Revitalizing sont, quant à elles, disponibles en format recharge (EcoPack) de 450 ML, **qui réduit de 78 %⁸ le volume de plastique utilisé pour leur fabrication !**



Soupline® Tablettes adoucissantes

Face aux problématiques fréquentes de surdosage des produits d'entretien du linge, très souvent constatés à l'usage, **ces tablettes d'un nouveau genre permettent d'utiliser la juste quantité. 1 tablette équivaut ainsi à 1 machine**. Prédosées et faciles à utiliser, elles sont aussi efficaces qu'un adoucissant liquide. Enfin, **fabriquées en France**, les Cœurs de douceur Soupline® sont composés de **0 %⁹ d'eau, de 72 %¹⁰ de plastique en moins, et d'un minimum de 88 %¹¹ d'ingrédients d'origine naturelle**.



⁵ Total Resource Use and Efficiency

⁶ Eau et ingrédients d'origine naturelle avec un traitement limité

⁷ Ne contient pas de tensioactifs à base de sulfates

⁸ Cette recharge utilise 78% de plastique en moins par ml qu'une bouteille de 250ml afin de réduire les déchets plastiques dans l'environnement.

⁹ Sans eau ajoutée intentionnellement à la formule

¹⁰ En comparaison au poids du plastique utilisé pour une bouteille de 650ml

¹¹ 91% d'ingrédients d'origine naturelle pour l'adoucissant Soupline Coeur de Douceur Hypoallergénique, 89% pour Éclats de fraîcheur, et 88% pour Champs de lavande

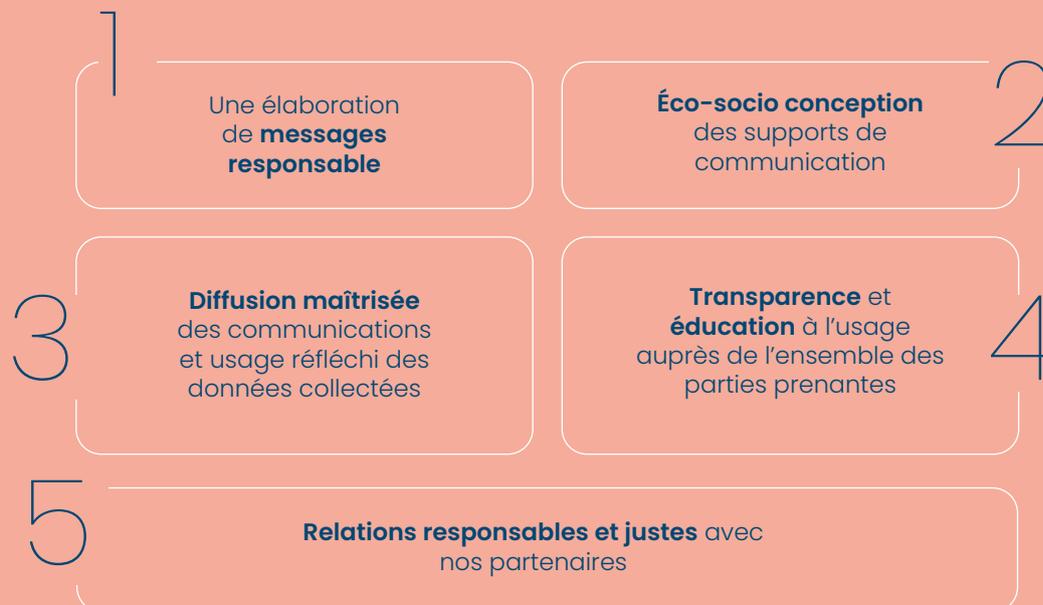
Colgate-Palmolive France : vers une communication plus responsable

En France, en 2018, l'Union des Marques¹² a pris l'initiative de lancer FAIRe, un programme pionnier de 15 engagements pour respecter une communication et un marketing responsables.

Dans le prolongement de la stratégie de développement durable et d'impact social 2025, **il était naturel pour Colgate-Palmolive France de s'engager en rejoignant les 50 entreprises signataires, ainsi que des centaines de marques.** Exigeant, ce programme constitue non seulement un défi, qui mobilise l'ensemble de nos équipes et leurs partenaires, mais aussi une formidable opportunité. En effet, il nous donne la possibilité de partager notre expérience, et de diffuser les bonnes pratiques qui y sont associées.



TRÈS CONCRÈTEMENT, LE PROGRAMME FAIRe S'ARTICULE EN 5 SECTIONS :



¹² L'Union des marques (UDM) (anciennement, Union des annonceurs, UDA, créée en 1916) est une association représentative des entreprises et des marques. Elle est l'unique organisation représentative des annonceurs en France. Son rôle est d'offrir des services à ses adhérents entreprises, acteurs de la communication.

COLGATE-PALMOLIVE FRANCE EST AINSI ENGAGÉ DANS DIFFÉRENTES ACTIONS, TELLES QUE :

- **La mise en place d'une communication publicitaire toujours plus inclusive** : fers de lance de cette initiative, les marques Sanex® et Colgate® mettent à l'honneur dans leurs publicités la diversité de la population.
- **Une prise en compte de l'ensemble des publics** : les spots TV et VOL de nos marques en France sont disponibles en version sous-titrée, à la demande.
- **Une éco-socio-conception des supports de communication** : Colgate-Palmolive France s'engage à ne diffuser aucune campagne de mailing non ciblée et à ne pas réaliser de street marketing sauvage.

De nombreuses autres initiatives et actions seront menées dans les années à venir, **pour une communication plus responsable sur le long terme.**

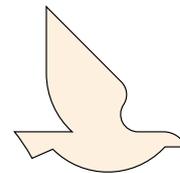
« Le programme FAIRe fédère aujourd'hui plus de 50 entreprises signataires, de toutes tailles et de tous secteurs d'activité, chacune engagée sur un chemin de progrès pour une communication plus responsable. Nous sommes ravis de compter Colgate-Palmolive France parmi nos signataires, et d'agir conjointement pour réduire l'impact carbone des campagnes publicitaires, mais aussi, plus largement, pour une prise de conscience générale en faveur du développement durable et de la diversité du public. »

Sophie Roosen,
Directrice Marque et Impact de l'Union des Marques,
association à l'origine de l'initiative FAIRe.



PRÉSERVER NOTRE ENVIRONNEMENT

Réduire notre impact sur l'environnement : un enjeu global !



La réduction de notre empreinte carbone concerne l'ensemble de nos chaînes de production, incluant les formules, les emballages, le recyclage, la logistique jusqu'à la mise en avant en magasin. En ce sens, nos équipes R&D sont mobilisées en même temps que nos ambassadeurs RSE, dans chacune de nos filiales pour améliorer nos process en continu.

NOTRE TRAJECTOIRE NET ZÉRO CARBONE VALIDÉE PAR LE SBTI¹³ : RÉDUIRE DE 90 % NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE SUR LES SCOPES 1, 2 ET 3 D'ICI 2040

NOS OBJECTIFS SUR LES SCOPES 1 ET 2, D'ICI 2025

100 %

de nos usines et de nos sièges certifiés TRUE™ Zero Waste.

TRUE™ Zero Waste a une approche systémique globale visant à changer la façon dont les matières premières circulent au sein d'une entité, afin d'éviter le gaspillage, notamment via :

- la gestion des ressources, afin que tous les produits soient réutilisés
- la réduction des déchets.

100 %

d'électricité renouvelable : un chiffre qui atteint déjà plus de 50 % en Europe¹⁴.

100 %

de nos sites mesurés "Net Zero Water" dans les zones à stress hydrique important telle que la France, et dans les autres régions d'ici à 2030.

NOS RÉSULTATS EN FRANCE EN 2022¹⁴

95 %

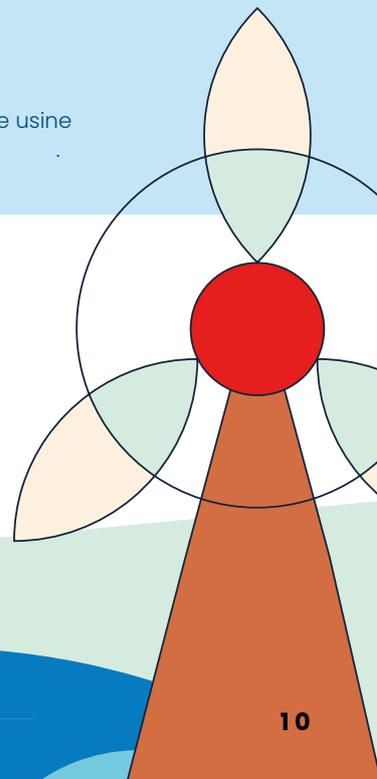
de nos produits vendus en France sont fabriqués en Europe.

57 %

de nos produits sont formulés en France.

88 %

de nos produits sont issus d'une usine certifiée TRUE™ Zero Waste¹⁵.



¹³ Communiqué de Presse Septembre 2022

¹⁴ Données internes Colgate-Palmolive. Chiffres d'Affaires 2022

¹⁵ Total Resource Use and Efficiency



ZOOM SUR LE SITE INDUSTRIEL COLGATE-PALMOLIVE DE COMPIÈGNE

Nos engagements en termes de production s'expriment pleinement au sein de notre **usine de Compiègne (Oise)**. Celle-ci **produit depuis 1956** pour la France, et pour une partie de l'Europe, la majorité des produits ménagers de nos marques **Soupline®, Ajax® et Paic®**, ainsi que les produits d'hygiène corporelle **Tahiti® Gel Douche et le savon pour les mains Palmolive®**.

Grâce au travail débuté en 2020, ce site a obtenu **la certification TRUE™ Zero Waste¹⁶ fin 2021**. Parmi les actions RSE mises en œuvre, le groupe-ressource d'employés "Energy Treasure Hunt"¹⁷ **identifie des**

initiatives concrètes pour contribuer à atteindre l'objectif de réduction énergétique de 25 % d'ici à 2025.

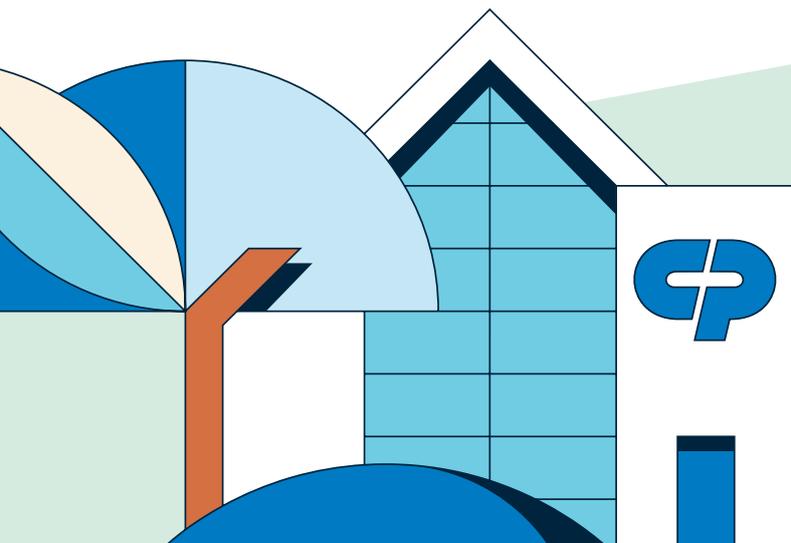
Ainsi, un nouveau protocole d'usage d'air pour souffler les bouteilles de Soupline® ou d'Ajax®, a contribué à la **diminution des besoins en énergie de 4 tonnes de CO2 par rapport à 2010¹⁸**.

Par ailleurs, la France étant située en zone de stress hydrique important, les équipes de Compiègne travaillent à **réduire la consommation d'eau dans l'usine**. Une **économie de 26 % a pu être réalisée depuis 2010**, grâce, notamment, à **l'optimisation du rendement du traitement de l'eau** qui entre dans la chaîne de production : nettoyage des cuves et intégration dans nos formules, par exemple.



« Qu'il s'agisse de l'adaptation de nos process, de nos innovations produits ou de la formation de nos 300 collaborateurs France à la RSE, le groupe Colgate-Palmolive affirme un engagement volontariste à l'égard de la RSE, à tous les niveaux de sa chaîne de valeur. Alors que nous avons franchi plus de la moitié du chemin de notre plan RSE 2020-2025, nous sommes toujours plus soucieux d'atteindre nos objectifs et de contribuer à un avenir plus sain, mais aussi plus durable pour tous. »

Caroline Brucker
Directrice RSE France & Benelux
Responsabilité Sociétale et Environnementale



¹⁶ Total Resource Use and Efficiency
¹⁷ Chasse au trésor-énergie
¹⁸ Données internes



À PROPOS DE COLGATE-PALMOLIVE

La société Colgate-Palmolive est une entreprise en croissance, innovante et bienveillante, qui ré-imagine un avenir plus sain pour toutes les personnes, leurs animaux de compagnie et notre planète. Centrée sur les soins bucco-dentaires, l'hygiène personnelle, l'entretien de la maison et la nutrition des animaux de compagnie, la société vend ses produits dans plus de 200 pays et territoires sous des marques telles que Colgate®, Palmolive®, elmex®, hello®, meridol®, Sorriso®, Tom's of Maine®, EltaMD®, Filorga®, Irish Spring®, PCA Skin®, Protex®, Sanex®, Softsoap®, Speed Stick®, Ajax®, Axion®, Fabuloso®, Soupline® et Suavitel®, ainsi que Hill's Science Diet® et Hill's Prescription Diet®. La société est reconnue pour son leadership et son innovation dans la promotion de la durabilité environnementale et du bien-être des communautés, notamment pour ses réalisations en matière d'économie d'eau, de réduction des déchets, de promotion de la recyclabilité et d'amélioration de la santé bucco-dentaire des enfants grâce à son programme Bright Smiles, Bright Futures, qui a touché plus d'1,6 milliards d'enfants depuis 1991. Pour plus d'informations sur les activités mondiales de Colgate-Palmolive et sur la façon dont la société construit un avenir qui fait sourire, visitez le site :

www.colgatepalmolive.com

CONTACTS PRESSE : AGENCE STELLAR

Ludivine Langlois

ludivine.langlois@stellar.io • +33 6 24 41 40 63

Savannah Vignonde

savannah.vignonde@stellar.io • +33 06 63 00 62 67