

Objectif RSE Colgate-Palmolive
Agir pour donner
le sourire



Chaque contribution peut enclencher des solutions et en créer de nouvelles...

Face à l'ampleur des problèmes environnementaux, sociétaux et économiques actuels, sombrer dans le défaitisme peut être tentant, et ce dans un contexte sanitaire et géopolitique particulièrement difficile. Au lieu de céder à l'angoisse, nous avons tous, chacun à notre manière et à tous les niveaux de nos sociétés, institutions et pays, la capacité d'agir, de rebondir et de résister. Rien n'est à négliger : des moindres gestes éco-responsables, des initiatives d'associations sur le terrain jusqu'aux innovations de R&D et mesures politiques en matière de RSE. Chaque contribution peut enclencher des solutions et en créer de nouvelles.

¹ Kantar Brand Footprint Report 2021, Penetration Colgate 57.3%
² Pour sa 2ème édition, le magazine Le Point, Statista, l'un des principaux fournisseurs de données sur les marchés et les consommateurs, a classé les 250 entreprises les plus responsables de France en s'appuyant sur 3 critères : l'environnement, le social et la gouvernance. Ainsi, le groupe a été distingué pour la 2ème fois, obtenant la 180ème place sur 250 entreprises classées tous secteurs confondus (sur 2500 analysées) et présent dans le Top 8 du secteur d'activité Beauté et Hygiène (toutes activités et tous réseaux de distribution de ce secteur confondus).

Ainsi, soucieux de contribuer à un avenir plus sain et plus durable pour tous, Colgate-Palmolive qui, par ses marques et produits, touche près de 6 foyers sur 10¹, s'efforce de concevoir et distribuer des produits écoresponsables, toujours plus vertueux. Depuis le début des années 90, notre groupe soutient de nombreux programmes d'aide dans le monde, notamment auprès des enfants. Cette adhésion est largement partagée par chacun de nos collaborateurs, dans plus de 200 pays et territoires, dans chacune de nos unités et nos 80 sites à travers le monde.

Depuis ma nomination en décembre 2020 au poste de responsable de la RSE pour le hub France-Belgique-Pays-Bas, je prends la mesure des chantiers à mener. La philosophie des petits pas, je l'expérimente : j'en vois les effets à l'œuvre à travers les projets que nous soutenons, comme par exemple l'opération Jedonnelesourire.com.

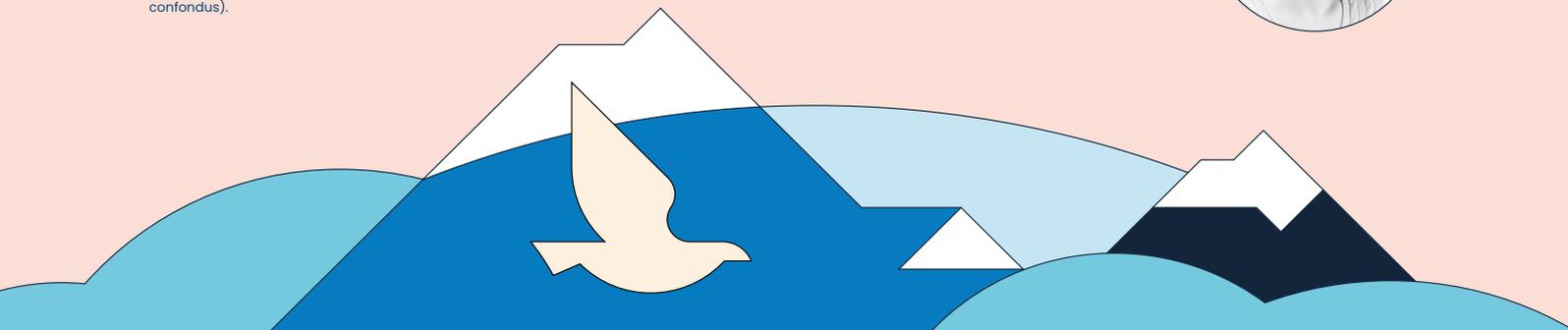
La clé pour avancer ? Pragmatisme, réalisme et humilité. Qu'il s'agisse d'un marketing plus responsable avec l'Union des marques, du déploiement orchestré autour de la technologie de tube de dentifrice recyclable mise en open source, de la création de la Mission Handicaps par Colgate-Palmolive France ou bien encore de l'adhésion immédiate des collaborateurs lors d'appels au bénévolat... : chaque jour, je réalise la joie qu'insufflent, au sein de nos équipes, chacune des petites et grandes victoires obtenues - une distinction², un objectif atteint, etc. - autant d'actions accomplies grâce à nos engagements.

Parce qu'en ligne de mire, l'ambition de Colgate-Palmolive est de mettre en place sa stratégie de développement durable et d'impact social d'ici 2025, l'un des défis 2022 est de former nos près de 300 collaborateurs France à la RSE. À nous de transformer les problématiques actuelles comme autant d'opportunités stimulantes. Quel plus beau pari que celui de co-crée et pour le plus grand nombre, un avenir plus sain et plus durable pour tous !

CAROLINE BRUCKER

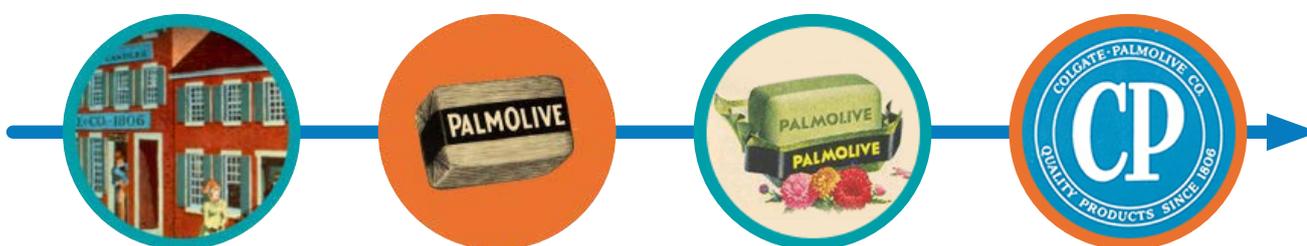
RSE/ CSR Manager France & Benelux

Responsabilité Sociétale et Environnementale



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

Parce que notre histoire est liée à celle du bien-être et de l'hygiène - William Colgate commence en 1806 par la vente de savon de ménage ! - l'innovation est notre moteur. À l'exemple du savon Protex®, lancé en 1985, qui assure encore aujourd'hui une protection anti-bactérienne dans 56 pays.



1806

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

1898

B.J. Johnson Soap Co. lance le savon Palmolive. Aujourd'hui, la marque Palmolive est vendue dans plus de 88 pays et plus de 54 produits différents.

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.

La RSE : un engagement inhérent à l'histoire de Colgate-Palmolive

En parallèle de nos innovations technologiques, nous avons eu à coeur de nous engager en faveur de l'éducation et de la protection de la planète.

Parmi nos actions phares : **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 ; ou bien encore **la campagne Save Water³** initiée en 2014. De même, en 2007, l'une de nos usines aux États-Unis obtient la certification **LEED™ «Green Building»**, attribuée par le U.S. Green Building Council (USGBC). LEED™ (Leadership in Energy and Environmental Design) définit un cadre pour des bâtiments écologiques sains, hautement efficaces et économiques.

SENSIBILISER LES ENFANTS A L'HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE

En France, en partenariat avec l'UFSBD (Union Française pour la Santé Bucco-Dentaire), nous avons élaboré **«Des dents saines pour des enfants heureux»**, en mettant à disposition des livrets et des kits pédagogiques pour encourager un apprentissage des **bons gestes de l'hygiène bucco-dentaire**. Ce programme est depuis 4 ans porté par la marque elmex® : un kit destiné aux enseignants des classes de primaire qui en font la demande est mis à disposition fin août. Les dentistes peuvent également y avoir accès s'ils le souhaitent. À noter que dans le cadre de leur service sanitaire, **1 200 kits** sont également utilisés par les étudiants dentaires de 4^e année.

Plus d'1.4 milliards d'enfants et leurs familles sensibilisés dans 80 pays.

En France, près de **180 000 enfants** entre le CP et la 6^{ème}, peuvent en bénéficier chaque année.

SOLIDARITÉ GRACE À DES DONS EN NATURE

- La pandémie de COVID-19 fut l'occasion pour Colgate-Palmolive d'une mobilisation exceptionnelle : **25 millions de savons #SafeHands et 20 millions de dollars en produits de santé et d'hygiène et en nourriture pour animaux** ont été distribués dans le monde en 2019. De même en France, **près de 600 000 dentifrices et brosses à dents ont été donnés à des associations**, notamment Dons Solidaires®, qui les ont redistribués aux associations qui accompagnent les personnes en difficulté.
- Le 3^e volet de la loi AGEC (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire), de février 2020, stipule l'interdiction de détruire des produits non-alimentaires invendus. **Colgate-Palmolive avait établi depuis 2018 un partenariat avec Dons Solidaires®**, association reconnue d'utilité publique créée en 2004. Dons Solidaires® mobilise toute la chaîne de solidarité en collectant les produits des entreprises pour les redistribuer ensuite aux associations qui en ont besoin. **Cela permet ainsi aux populations précarisées d'accéder notamment à des produits d'hygiène élémentaires.**



DONSSOLIDAIRES®

Donner > Distribuer > Partager

RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE



³ Économiser l'eau

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 :



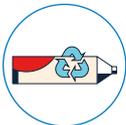
Encourager nos collaborateurs à faire la différence



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 personnes⁴



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 la culture d'intégration et de diversité. Nos méthodes de recrutement, nos modes de collaboration en interne et en externe, ainsi que les projets que nous soutenons doivent être exemplaires et refléter ces valeurs.

- Nos **Groupes-ressources d'employés (Employee Resource Groups, ERG)** forment des leaders et permettent de créer un environnement de travail favorisant **l'intégration** et de constituer une organisation plus solide pour tous. Tout en soutenant notre objectif d'attirer et de développer des collaborateurs avec des expériences professionnelles et culturelles diverses. Ces groupes partagent leurs points de vue avec d'autres membres de l'organisation pour nous aider à rendre hommage à nos différences.

- Concernant la parité, **plus de 58 % de nos scientifiques en R&D** dans le monde sont des femmes. Quant aux postes de direction de Colgate-Palmolive France, la parité est en constante progression. Passant de 33% en 2016 à 41% en 2021, nous avons atteint les **50% de femmes** avec l'arrivée d'Anne Sophie Gaget comme Vice President & General Manager, Western Europe Hub et de Sabrina Mucig pour le nouveau poste de Consumer Experience Director.

- **L'inclusion placée sous le signe de l'ouverture à la diversité de parcours.**

Portée par l'équipe RH de Colgate-Palmolive France, et grâce à une présence dans différents forums de recrutement, l'inclusion se traduit par une volonté de proposer à des diplômés bac +2 ou 3 des postes dans ses forces de ventes et dans ses équipes siège, postes généralement proposés à des diplômés bac +5.

- **Pour lever les tabous et pour accueillir davantage de collaborateurs en situation de handicap, Colgate-Palmolive France a lancé sa Mission Handicaps en 2021.**

Les résultats de l'audit mené avec le soutien de l'Agefiph, organisation qui ouvre l'emploi aux personnes handicapées, ont permis à Caroline Brucker, membre de l'équipe de six collaborateurs dont un référent handicap, de **prendre la mesure de la situation chez Colgate-Palmolive France.**

En octobre 2021, priorité a été donnée à une campagne de sensibilisation, suivie d'actions menées lors de la Semaine européenne de l'emploi des personnes handicapées en novembre. **Après quelques mois, le résultat est là : trois personnes se sont manifestées pour obtenir leur statut de RQTH.** Éligibles, elles n'avaient jusqu'ici jamais osé déposer leur dossier. En 2022, les actions se poursuivent, principalement axées autour de l'information, du partage d'expérience et de la formation des managers.

Colgate-Palmolive France est aussi partenaire de l'association Droit Comme un H! dont la mission est de faciliter l'accès aux professions du droit à des étudiants en droit en situation de handicap.



RENDRE LE SOURIRE AUX ENFANTS HOSPITALISÉS GRÂCE AU SPORT !

En 2022 Colgate-Palmolive France a souhaité soutenir une initiative supplémentaire, toujours en lien avec les thèmes de l'enfance, de l'hygiène et du bien-être. La collaboration avec l'association **Premiers de Cordée** s'est imposée tout naturellement. La mission de cette association, présente sur tout l'Hexagone, consiste à :

- **proposer des activités sportives adaptées**, à des enfants hospitalisés ou en milieux médicalisés grâce à un réseau de bénévoles.
- **mener des campagnes de sensibilisation aux handicaps**, dans les entreprises et auprès des enfants.

Ce partage de valeurs incarnées notamment par des parrains et marraines prestigieux que sont des sportifs professionnels, a séduit Colgate-Palmolive France. Car pour se sentir mieux et faire une pause joyeuse, rien de mieux que de faire entrer le sport dans l'hôpital !

Notre collaboration va vivre cette année autour de plusieurs initiatives.

- **4 journées Evasions** : durant ces journées permettant aux enfants des structures médico-sociales de se réunir autour d'ateliers sportifs, les collaborateurs volontaires auront l'occasion d'apporter leur soutien à l'association dans l'accueil des enfants, de leurs familles et accompagnateurs, ainsi que dans l'animation des différents ateliers.
- **La semaine du sport à l'hôpital** : organisée en septembre, nous allons soutenir financièrement l'association et nous proposerons à nos collaborateurs de participer au programme.
- **La semaine Européenne pour l'emploi des personnes handicapées** : en novembre, Premiers de Cordée accompagnera notre Mission Handicaps, dans la sensibilisation de l'ensemble de nos collaborateurs aux différentes formes de handicap.

En un clic, je vote et **je donne le sourire !**

Parce qu'un sourire peut apporter un souffle positif, Colgate-Palmolive a lancé en 2021 une action intitulée **Jedonnelesourire.com**. Sa mission ? Accompagner trois projets optimistes porteurs de sens autour des trois enjeux suivants : la mixité dans le sport, la lutte contre la pauvreté et les discriminations et le soutien aux femmes impliquées dans une agriculture écologique et responsable.

Après cette 1ère édition, trois autres projets étaient à l'épreuve des votes du 15 août 2021 au 30 juin 2022! Une enveloppe de 40 000€ HT a été répartie en fonction des votes des internautes.

Tcap21 a récolté 17 262,50 € permettant de financer le projet « Don Café » à Niolon (13) qui formera des jeunes adultes en situation de handicap au métier de cafetier ou limonadier, ce qui favorisera leur inclusion sociale.

Mamie-Boom a récolté 11 877,50 € pour créer jusqu'à 250 binômes intergénérationnels et réaliser le rêve de 3 personnes âgées.

ZupdeCo a récolté 10 860 € pour offrir du soutien scolaire aux enfants de familles modestes afin de leur donner confiance et envie de grandir à l'école.

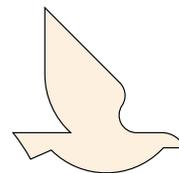
Restez connectés, le programme **#JeDonneLeSourire revient très vite !**



PRÉSERVER NOTRE ENVIRONNEMENT

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

La réduction de notre empreinte carbone concerne toutes nos chaînes de production incluant les formules, les emballages, le recyclage, la logistique jusqu'à la mise en avant en magasin. C'est pourquoi, nos équipes R&D sont mobilisées en même temps que nos ambassadeurs RSE, dans chacune de nos filiales.



NORMES ET RÉGLEMENTATIONS

Nous avons des normes strictes qui définissent la performance sur le plan de l'environnement. Ainsi **toutes nos installations ont un système entièrement opérationnel de management environnemental** couvrant un grand nombre de domaines, dont les économies d'énergie, le climat, la gestion de l'eau et la gestion des déchets. En ce qui concerne la gestion de nos installations, la fabrication et la commercialisation de nos produits, **nous sommes engagés à respecter toutes les règles et réglementations en matière d'environnement.** Mais selon les pays, nous nous adaptons pour anticiper au mieux les législations, comme c'est le cas en France et en Europe.

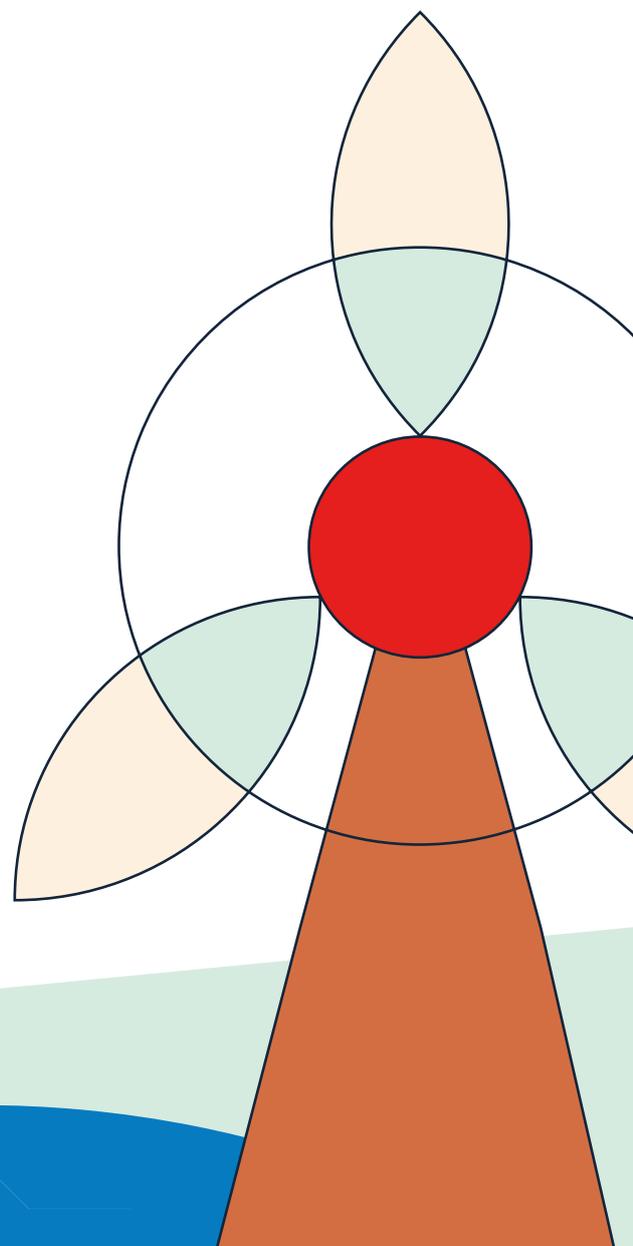
LE DÉFI DU ZÉRO DÉCHET

Depuis 2016, la certification mondiale de TRUE™ Zero Waste (Total Resource Use and Efficiency) est un objectif pour chacun de nos sites. Nous visons la **certification 100% TRUE™ Zero Waste pour l'ensemble de nos opérations ;** Nous visons aussi à être **"Net Zero Water⁵" pour les pays situés dans des régions en stress hydrique** d'ici 2025, et pour tous les sites d'ici 2030.

NOS SITES DE PRODUCTION EN PREMIÈRE LIGNE...

L'amélioration continue de notre logistique est aussi au cœur de nos initiatives pour réduire notre empreinte carbone. Nos efforts ont été récompensés avec l'obtention, en 2021, de la certification **TRUE™ Zero Waste** pour l'usine de Compiègne.

⁵ tel que défini par le programme "LEED Zero" de l'USGBC, U.S. Green Building Council





ZOOM SUR LE SITE INDUSTRIEL COLGATE-PALMOLIVE DE COMPIÈGNE

Nos engagements en termes de production s'expriment pleinement avec notre usine implantée depuis 1956 à Compiègne (Oise). Celle-ci produit pour la France, et pour une partie de l'Europe, la majorité des produits ménagers pour 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 qui a commencé début 2020, **notre site de Compiègne a obtenu la certification TRUE™ Zero Waste fin 2021**, notamment grâce :

- à la **mise en place de caisses navettes métalliques** pour l'approvisionnement de nos emballages primaires et de certains ingrédients. Elles repartent donc chez nos fournisseurs pour être ré-utilisées.
- au **tri sélectif** : jusqu'à 12 catégories de tri, pour faciliter la valorisation de chacune.

Parmi nos actions RSE, le groupe-ressource d'employés "Energy Treasure Hunt⁶" identifie des initiatives concrètes pour contribuer à atteindre **l'objectif de réduction de 25% d'énergie d'ici 2025** de l'usine de Compiègne.

⁶ Chasse au trésor-énergie
⁷ <https://www.acvo-france.org/>

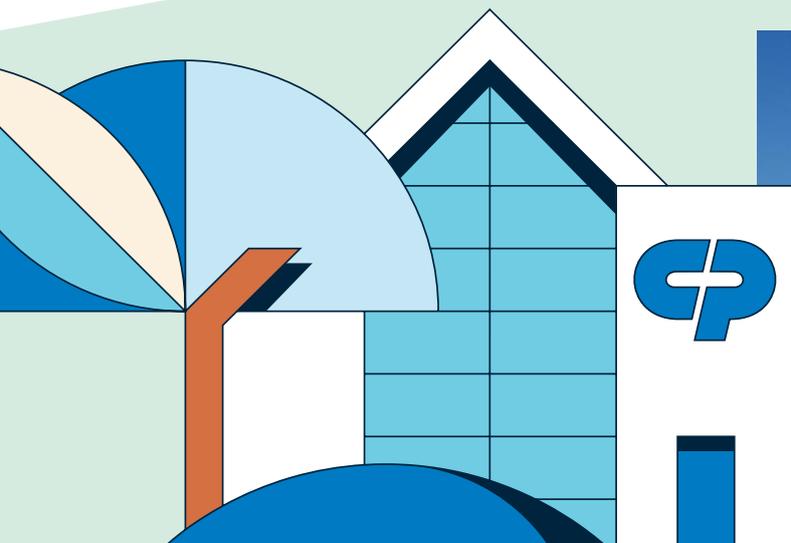
Ainsi, un nouveau protocole d'usage d'air pour souffler les bouteilles de Soupline® ou d'Ajax®, a contribué à la **réduction des besoins en énergie de 4 tonnes de CO2 par rapport à 2010**.

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

De plus, le **Club des idées vertes**, constitué de collaborateurs volontaires, entretient les espaces verts du site avec des plantes endémiques, cultive un potager et un verger et s'occupe de ruches : toutes les récoltes sont distribuées aux équipes de Compiègne.

ACVO

En termes d'inclusion, Colgate-Palmolive Compiègne **travaille avec ACVO⁷** pour permettre, chaque année, à près de 14 personnes en situation de handicap d'accéder à la pleine citoyenneté, à travers la pratique d'un travail adapté à chacun des salariés au sein de notre usine.



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

... ET D'ICI FIN 2022 POUR COLGATE-PALMOLIVE FRANCE

La poursuite du déploiement de **notre tube de dentifrice recyclable** sur la marque Colgate®.

25% de plastique recyclé sur les gammes de brosse à dents Colgate Triple Action® et Colgate Premier®.

Une bouteille issue de plastique **100% recyclé**, un bouchon et une bouteille **recyclables sans étiquette** pour la gamme Soupline® douceur d'origine végétale.

Des **présentoirs promotionnels sans plastique**.



ENFIN EN MATIÈRE DE CLIMAT...

À partir de données scientifiques, le groupe s'est fixé deux échéances à atteindre :

- un taux net de **zéro émission carbone** sur l'ensemble de nos productions d'ici 2040
- une **électricité 100% renouvelable** d'ici 2030

Notre politique de lutte contre la déforestation couvre notamment l'huile de palme et ses dérivés, ainsi que le papier et la pulpe de papier. Nous nous engageons à nous approvisionner en produits issus de forêts bénéficiant d'une gestion forestière responsable.

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. Innover à la fois dans le contenu et dans le contenant, avec encore et toujours le même objectif: proposer des produits performants, avec des formules et des emballages dont l'impact sur l'environnement est réduit, dès qu'une solution est validée par la R&D et par la chaîne d'approvisionnement.



Après 2019, année où les flacons Sanex® et Tahiti® sont devenus entièrement recyclables, une nouvelle étape a été franchie en 2021 : désormais tous les déodorants en aérosol Sanex® se sont vus délestés de leur bouchon **pour 54 % de plastique en moins** et ont changé de forme, sans changer de contenance **pour 11% d'aluminium en moins**⁸. Enfin, près de **100%⁹ des offres de Soin du Corps** Sanex®, Tahiti® et Palmolive® **ainsi que d'Entretien** Soupline®, Ajax® et Paic® seront recyclables d'ici fin 2022.

Côté Colgate®, la marque s'est engagée à **commercialiser l'ensemble des tubes de dentifrice en plastique recyclable pour fin 2022**. Autre initiative test menée en France avec **le premier dentifrice à croquer "Colgate® Natural Extracts"**. Formulé avec 0% d'eau ajoutée et 88% d'ingrédients d'origine naturelle, ce dentifrice fluoré (contenant 60 pastilles) est livré dans un carton et un petit flacon en verre, tous deux recyclables et sans plastique !

⁸ Par rapport à la gamme précédente

⁹ Données internes Colgate-Palmolive. Chiffres d'Affaires 2021

Un brevet d'avenir qui donne l'exemple : le tube de dentifrice recyclable Colgate®

Parce qu'on est plus fort à plusieurs, le futur de notre planète dépend de tous. C'est le message que Colgate-Palmolive met en avant avec sa technologie mise en open source.

Sont recyclables :

- près de 80 % des dentifrices de la marque Colgate®¹⁰

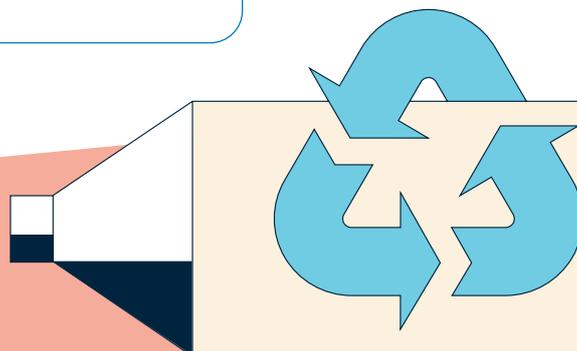
Seront recyclables :

- 100% du portefeuille dentifrices de Colgate-Palmolive en France, d'ici fin 2024 (Colgate®, elmex® et meridol®)
- 100% du portefeuille dentifrices de Colgate-Palmolive dans le monde, d'ici fin 2025

Précurseur, le groupe a lancé, en 2019, son **1^{er} tube de dentifrice en plastique recyclable**, fabriqué en PEHD mono-matériau. Parce que cette technologie a nécessité 5 ans de développement, elle va être **déployée mondialement, sur l'ensemble des références et des marques de dentifrices du groupe d'ici 2025**. Pour en maximiser l'impact positif, la **mise en open source à tout fabricant de produits** en tube souple est l'occasion de prises de parole dans des forums professionnels internationaux. En France, elle a été présentée à certains clients de la grande distribution pour leurs marques propres et à d'autres fabricants, via l'Illec notamment. **Les acteurs majeurs du marché ont également annoncé en 2021 leur conversion à un tube recyclable en PEHD**. Sachant que près de 86%¹¹ du marché français des dentifrices est représenté par Colgate-Palmolive et 3 autres entreprises, c'est une avancée majeure.

Le saviez-vous :

- **Environ 20 milliards de tubes de dentifrices** sont vendus annuellement dans le monde.
- **213 millions de tubes de dentifrices** vendus sur une année est le chiffre approximatif du marché en France (GMS + Pharmacies)¹¹. Jusqu'à présent, une majorité de ces tubes n'étaient pas recyclables par les collectivités locales.»



¹⁰ Données internes Colgate-Palmolive. Chiffres d'Affaires 2021

¹¹ AC Nielsen (GMS) + OpenHealth (Pharmacie + Parapharmacie) Année 2021

Un Plus pour la peau, Un Plus pour la planète

Parce que l'eau douce est une ressource rare et indispensable, il importe d'utiliser des produits qui contribuent au respect de notre planète et de développer, autant que possible, des produits performants et éco-conçus.

L'amélioration des formulations de nos produits d'entretien (Soupline®, Ajax®, Paic® et La Croix®) **repose notamment sur le choix d'ingrédients naturels quand cela est possible, tout en prenant en compte la valorisation des déchets végétaux pour les parfums et la réduction de l'eau dans leur production.** Défi supplémentaire pour Sanex®: veiller à une optimisation des formules hypoallergéniques, afin d'améliorer les défenses naturelles de la peau.

Le saviez-vous :

En moyenne, 10 cosmétiques¹² sont utilisés au total par jour et par personne. Chaque produit cosmétique est composé en moyenne de 40 substances chimiques. La peau absorbe 60% de la totalité des cosmétiques avec lesquels elle est en contact. Les 40% restants repartent dans le petit cycle de l'eau. Mieux vaut donc choisir des produits contribuant au respect de la peau et de l'environnement.

LA GAMME DE GELS DOUCHES SANEX® ZERO% ESSENTIAL : L'EXCELLENCE EN MATIÈRE D'INNOVATION RESPONSABLE

Précurseur, Sanex® accumule les innovations depuis sa création en 1984. Marque numéro 1¹³ Recommandée par les dermatologues, elle est à l'origine du premier gel douche sans savon. Mais c'est avec sa gamme Sanex® Zero% lancée en 2007 qu'elle ne cesse d'innover depuis 15 ans. En 2022, un nouveau virage : le lancement de la gamme Sanex® Zero% Essential, avec une formule avancée à la technologie triple action hydratation qui dure jusqu'à 8 heures: **au minimum 10 ingrédients¹⁴ avec 94% d'ingrédients d'origine naturelle, dans un emballage fabriqué à partir de plastique 100% recyclé et recyclable.** De plus, les emballages des recharges de gel douche Sanex®, qui réduisent déjà de 77% l'utilisation de plastique¹⁵, **sont eux aussi fabriqués à base de plastique, 100 % recyclé : une première pour la marque.** Cette gamme « végétale » est formulée avec 0% de sulfates, 0% de microplastiques et 0% de colorants.



¹² Cosmétiques pour le corps - Source : <https://waterfamily.org>.

¹³ Source : étude 2020 IQVIA, 203 dermatologues France.

¹⁴ Le gel douche Sanex Zero% Essential Nourissant contient 11 ingrédients, contre 9 ingrédients pour le gel douche Sanex Zero% Essential Hypoallergénique et 10 ingrédients pour les autres gels douche de la gamme.

¹⁵ Par rapport aux flacons Sanex 500 ml

Lancements 2021 et 2022 : des innovations pour concevoir des produits et habitudes toujours plus durables

Sanex® BiomeProtect disponible en gel douche solide : ce produit multi-usage (corps, visage et mains) utilise le complexe TRIPLE BIOTIQUE qui renforce le microbiome cutané ; sa formule SANS SAVON respecte le pH naturel pour une peau hydratée. Bien qu'ils moussent un peu moins que les gels liquides, ces soins gardent toute leur efficacité et laissent une sensation de peau douce grâce à leur mousse crémeuse. Autres références disponibles en solide : Sanex® Sensitive et Hydratant, en format 90g.

Sanex® Zero% Déodorant Solide : Sanex® sera l'une des premières marques à démocratiser le format solide, dans la gamme Zéro%. Atout de ce déo solide ? Sa formule comporte un minimum d'ingrédients et surtout ne contient aucun conservateur puisqu'il n'y a pas d'eau. Quant à son emballage sans plastique, il est composé uniquement de carton certifié FSC¹⁶.

De même, la marque **Tahiti® douche** propose des formules 95 % d'origine naturelle et ingrédients bio, en trois parfums (coco, bois vivifiant, vanille) dans une bouteille 100% recyclable. Seront également disponibles les éco-recharges recyclables avec 77% de plastique en moins¹⁷.

Ou bien encore les savons liquides Palmolive qui vont bénéficier de deux avancées :

- le lancement d'éco-recharges recyclables et économiques
- la rénovation de ses gammes, avec des formules 95% d'origine naturelle, des bouteilles en plastique 100% recyclées et en prime un design renouvelé !

Allier **efficacité et naturalité**, Paic donne l'exemple avec **PAIC® Impec**. Sa nouvelle formule comprend 97% d'ingrédients naturels. Le tout dans une bouteille évidemment recyclable !

La gamme **Ajax® Fête des Fleurs** se réinvente avec une bouteille et un bouchon recyclables¹⁸, une bouteille 100% plastiques recyclés et 99% d'ingrédients d'origine naturelle.



¹⁶ FSC - Papier issu de forêts gérées de façon durable

¹⁷ En comparaison avec deux bouteilles de 250ml

¹⁸ Enlevez l'étiquette et laissez le bouchon sur la bouteille pour recycler.

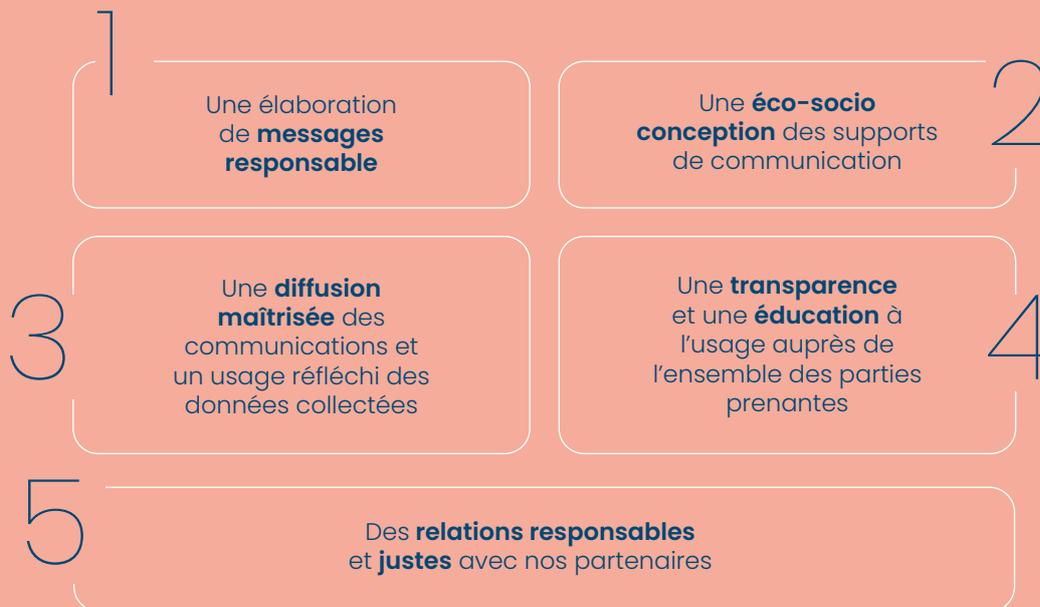
Colgate-Palmolive France : vers une communication plus responsable

En France, en 2018, l'Union des Marques¹⁹ 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 logique pour Colgate-Palmolive France de s'engager en rejoignant les 40 entreprises signataires et des centaines de marques. Exigeant, ce programme constitue non seulement un défi qui mobilise l'ensemble des équipes et leurs partenaires, mais aussi une opportunité. Celle pour Colgate-Palmolive France de partager son expérience, à travers les bonnes pratiques qui y sont associées.

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



EFFECTIVEMENT, COLGATE-PALMOLIVE FRANCE EST ENGAGÉE À TRAVERS DIFFÉRENTES ACTIONS TELLES QUE :

- **La mise en place d'une communication publicitaire toujours plus inclusive.** En fer de lance de cette initiative, les marques Sanex® et Colgate® qui mettent à l'honneur tous types de profils au sein de leurs publicités.
- **Une prise en compte de l'ensemble des publics,** 100% des spots TV des marques de Colgate-Palmolive France étant 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 ne réalise pas 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.**

¹⁹ 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.



À PROPOS DE COLGATE-PALMOLIVE

La société Colgate-Palmolive est une entreprise en croissance, innovante et bienveillante, qui ré-imaginaire 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'1,4 milliard 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