

**Objectif RSE Colgate-Palmolive**  
Agir pour donner  
**le sourire**



# Créer un avenir plus sain et plus durable pour tous...

**Aujourd'hui, chacun de nous, consommateur et citoyen, aspire à consommer mieux en choisissant des produits de qualité qui contribuent au respect de notre planète.**

**Chez Colgate-Palmolive, la politique de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) s'est mise en place au début des années 90. Grâce à la présence du groupe dans plus de 200 pays et territoires et au lancement de notre stratégie de développement durable et d'impact social 2020-2025, notre groupe souhaite apporter sa contribution afin de créer un avenir plus sain et plus durable pour tous.**

**D**u fait de la palette très large que recouvrent nos marques et produits - nous sommes présents dans plus de 6 foyers sur 10 dans le monde avec la marque Colgate<sup>1</sup> -, notre responsabilité est grande. Si le rôle de nos équipes de Recherche & Développement est central pour concevoir des produits éco-responsables toujours plus vertueux, chacun de nos collaborateurs, dans chacune de nos unités et nos quelques 80 sites à travers le monde, peut adhérer aux mêmes valeurs. Si nous voulons œuvrer pour une planète durable, c'est avec innovation et bienveillance qu'il nous appartient d'agir tous ensemble.

Jusqu'à ma nomination en décembre dernier, le poste de responsable de la RSE n'existait pas pour le Hub d'Europe de l'Ouest (France, Belgique et Pays-Bas). C'est désormais chose faite. Après 20 ans dans le groupe, m'impliquer dans la politique RSE de Colgate-Palmolive prend tout son sens. Et je suis d'autant plus fière de relever ce défi avec l'ensemble des 300 collaborateurs de Colgate-Palmolive France que j'avais moi-même exprimé la nécessité de cette fonction.

En outre, ma prise de fonction coïncide avec le lancement de la stratégie de développement durable et d'impact social 2025 de l'entreprise, un programme ambitieux qui s'articule autour de 11 actions dont ce manifeste va vous présenter les grandes lignes.

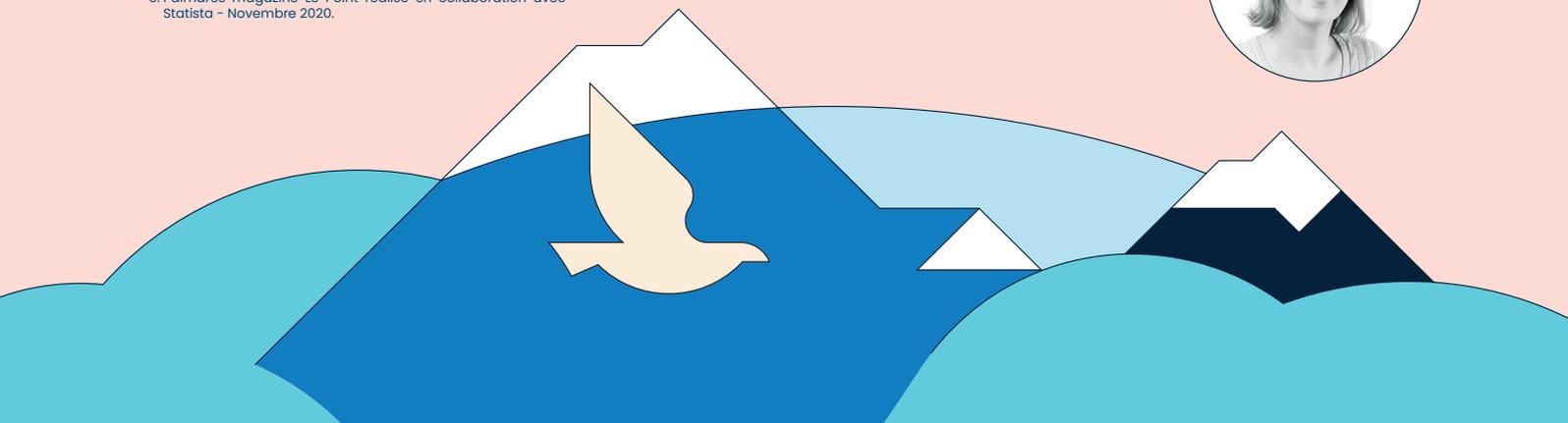
Si le groupe Colgate-Palmolive a déjà reçu de nombreux prix pour son engagement en faveur de sa politique de développement durable<sup>2</sup>, en France, la distinction attribuée par le Prix RSE du magazine le Point, fin 2020, est une reconnaissance du travail accompli. Nous figurons à la 28<sup>e</sup> place dans le top 50 des entreprises en termes de gouvernance<sup>3</sup>. Forts de ces résultats et de la stratégie que nous avons définie, nous sommes prêts à atteindre nos objectifs d'ici 2025.

## CAROLINE BRUCKER

RSE/ CSR Manager France & Benelux  
Responsabilité Sociétale et Environnementale



1. Kantar Brand Footprint Report 2020, Penetration Colgate 59,7%.  
2. En 2020, le groupe Colgate-Palmolive a également été nommé au Dow Jones Sustainability Indices pour la 3<sup>e</sup> année consécutive dans l'industrie des produits ménagers. Il figure aussi dans la liste des lauréats 2020 des entreprises les plus étiques au monde (Ethisphère) et au 27<sup>e</sup> rang de la liste Fortune "Change the World".  
3. Palmarès magazine Le Point réalisé en collaboration avec Statista - Novembre 2020.



# 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

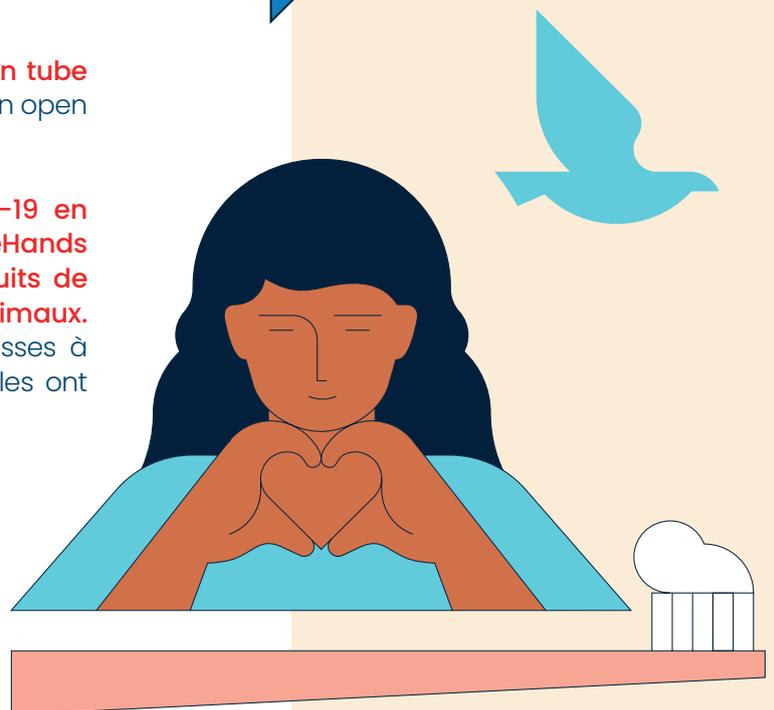
*En parallèle de nos innovations technologiques, nous avons eu à cœur de nous engager en faveur de l'éducation et de la protection de la planète.*

**P**armi 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 ; ou bien encore **la campagne Save Water\*** 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.

## NOS ACTIONS RSE SE RETROUVENT ÉGALEMENT DANS NOS MARQUES ET PRODUITS

- **Le lancement des éco-recharges Soupline® dans les années 1990** ainsi que les reformulations successives des assouplissants, ont permis de significativement réduire les emballages sur cette marque depuis 30 ans.
- **Le 1<sup>er</sup> déodorant Sanex® spray aérosol compressé est lancé dès 2005**, avec deux fois moins de gaz qu'un aérosol classique.
- **Colgate® lance son premier dentifrice avec un tube recyclable en 2019** et propose sa technologie en open source.
- **Colgate® répond à la pandémie de COVID-19 en faisant don de 25 millions de savons #SafeHands ainsi que de 20 millions de dollars en produits de santé et d'hygiène et en nourriture pour animaux.** En France, près de 600 000 dentifrices et brosses à dents ont été donnés à des associations qui les ont redistribués aux personnes en difficulté.

**COLGATE  
SOURIRE ÉCLATANT,  
AVENIR BRILLANT**



# 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 **S**ocial



**SOUTENIR**  
des **MIL**ions de Foyers



**PRÉSERVER**  
notre **E**nvironnement

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

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



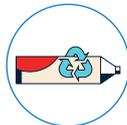
Encourager un bien-être général



Renforcer la diversité, l'équité et l'inclusion



Aider les jeunes générations 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 personnes\*



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

# Parité, inclusion et diversité au cœur de nos engagements sociétaux

*Conformément à la stratégie de développement durable et d'impact social 2025, Colgate-Palmolive France souhaite lancer des initiatives locales en adéquation avec ses valeurs de RSE et sa politique de diversité et d'inclusion. Dans cette perspective, un diagnostic a été confié à un cabinet de conseil spécialiste de la diversité et expert du handicap, partenaire de l'AGEFIPH, qui permettra de définir nos engagements sur ces sujets d'ici le second semestre 2021.*

Chez Colgate-Palmolive, 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**. C'est pourquoi, nos méthodes de recrutement, nos modes de collaboration en interne et en externe, ainsi que les projets que nous soutenons doivent être exemplaires, sinon 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, en soutenant notre objectif d'attirer, 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, près de 50% de nos scientifiques en R&D sont des femmes qui créent des solutions pour un avenir plus sain et plus durable. **Les femmes occupent 41% des postes de direction de Colgate-Palmolive France** (par rapport à 33% en 2016).
- Parmi nos actions pérennes, **l'éducation à la santé bucco-dentaire** reste un pilier fort déployé depuis 30 ans dans le monde. Nous agissons auprès des populations les plus démunies, et plus particulièrement des enfants, afin de leur permettre d'acquérir des habitudes saines et durables pour développer une meilleure estime de soi. De même, la sensibilisation à la protection de l'eau est l'un des autres engagements forts de notre groupe.



## SENSIBILISER LES ENFANTS A L'HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE, UN ATOUT POUR LA SOCIÉTÉ D'AUJOUR'HUI ET DE DEMAIN

Dans les années 60, l'apport de fluor des dentifrices a eu un impact pour lutter contre les caries. Mais les campagnes d'éducation organisées par les gouvernements et les professionnels dentaires ont aussi joué un rôle majeur, comme la campagne internationale lancée en 1991, "**Sourire éclatant, avenir brillant**". 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**, sachant qu'un enfant sensibilisé va à son tour contribuer à diffuser l'information dans sa famille et donc étendre cette sensibilisation. Ce programme est depuis 3 ans porté par la marque elmex®. Sur le fond rien de changé. Il s'agit d'un kit destiné aux enseignants des classes de primaire qui en font la demande, mis à disposition fin août pour la rentrée scolaire. 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 dentistes de 4<sup>e</sup> année.

**Le groupe Colgate-Palmolive a réussi à sensibiliser plus d'un milliard d'enfants et leurs familles, dans 80 pays.**

En France, près de **180 000 enfants** entre le CP et la 6<sup>e</sup> peuvent en bénéficier chaque année.



**WATER FAMILY**  
DU FLOCON À LA VAGUE

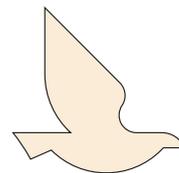
### PARTENARIAT ENTRE LA MARQUE DE GELS DOUCHES SANEX® ZÉRO% ET L'ASSOCIATION WATER FAMILY DU FLOCON À LA VAGUE

Parce que promouvoir la sensibilisation à la protection de l'eau auprès de 100% de nos consommateurs mondiaux d'ici 2025, est l'un de nos défis majeurs, **Sanex® Zero% a établi depuis 2020 un partenariat avec la Water Family Du Flocon à la Vague**, reconduit à l'occasion de la journée mondiale de l'eau 2021. Fondée en 2009, cette association développe des programmes et des contenus pédagogiques destinés aux écoles et aux entreprises, afin d'apprendre à protéger l'eau et la santé en valorisant les bonnes pratiques. Chaque année, **20 000 jeunes sont ainsi informés et sensibilisés en classe** et peuvent devenir à leur tour acteurs du monde de demain. Leur approche, en cohérence avec nos valeurs, nous a permis de mener notamment avec succès une première opération (du 1<sup>er</sup> juin au 1 octobre 2020) : **pour 2 gels douche achetés, 1 euro était reversé à l'association.**



# 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

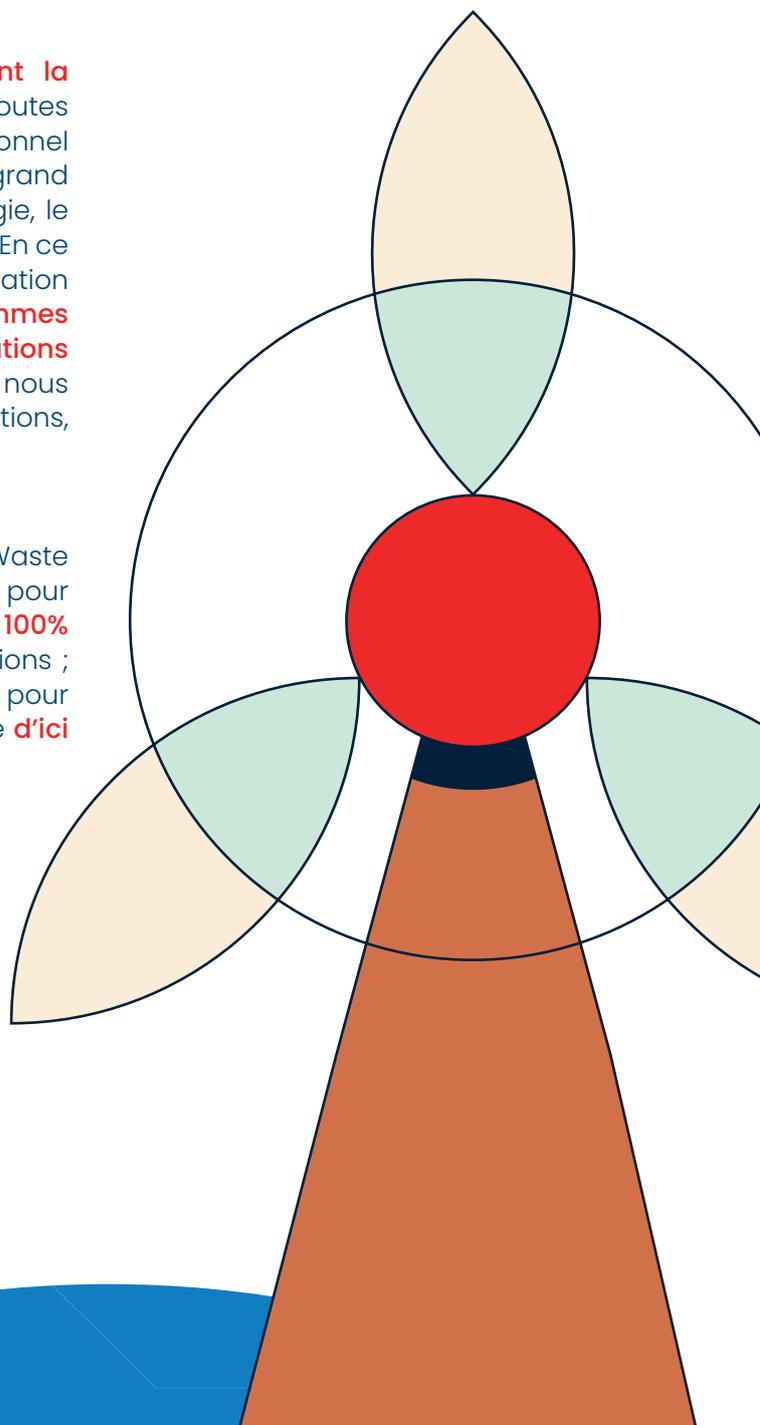
Nous avons **des normes strictes qui définissent la performance sur le plan de l'environnement**. Ainsi toutes nos installations ont un système entièrement opérationnel de management environnemental couvrant un grand nombre de domaines, dont les économies d'énergie, le climat, la gestion de l'eau et 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 ; ainsi que la certification 100% TRUE™ Zero Waste pour les pays situés dans des régions en stress hydrique **d'ici 2025, et pour tous les sites d'ici 2030**.

**Le site sur lequel nous concentrons actuellement nos efforts est celui de Compiègne : nous espérons obtenir sa certification en 2021.**

L'amélioration continue de notre logistique est aussi au coeur de nos initiatives pour réduire notre empreinte carbone, avec notamment l'usine de Compiègne et notre entrepôt national à proximité, ou encore une logique de pooling des camions de livraison.



## PARMI NOS OBJECTIFS 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 2021 POUR COLGATE-PALMOLIVE FRANCE

La certification **TRUE™**  
**Zero Waste** pour notre  
site de CompiègneLe **zéro PVC** sur nos  
produits et les outils de  
PLV (Publicité sur le Lieu  
de Vente)Le déploiement  
de notre **tube de  
dentifrice recyclable**  
sur la marque Colgate**La réduction des  
emballages** de 30%  
et 25% de plastique  
recyclé sur les  
gammes de brosses à  
dents Colgate SlimSoft  
et Colgate Zig ZagDes **présentoirs**  
promotionnels **sans  
plastique**

## ENFIN EN MATIÈRE DE CLIMAT...

À partir de données scientifiques, le groupe s'est fixé deux échéances : atteindre l'objectif de zéro émission carbone sur l'ensemble de nos productions. Nous nous efforcerons d'atteindre **une électricité 100% renouvelable d'ici 2030 et un taux net de zéro carbone d'ici 2040**. Colgate-Palmolive défend la vision d'un avenir sans déforestation. Nous nous engageons à nous approvisionner en produits issus de forêts bénéficiant d'une gestion forestière responsable. Notre politique de lutte contre la déforestation couvre les produits forestiers suivants : palmier, soja, suif de bœuf et matériaux à base de papier.



# Des produits innovants pour aller toujours plus loin...

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 respectueux de l'environnement, dès qu'une solution est validée par la R&D et par la chaîne d'approvisionnement. Les innovations présentées ici sont les dernières initiatives, à date, de nombreuses innovations qui ont fait de Colgate-Palmolive un acteur majeur des catégories hygiène et entretien.

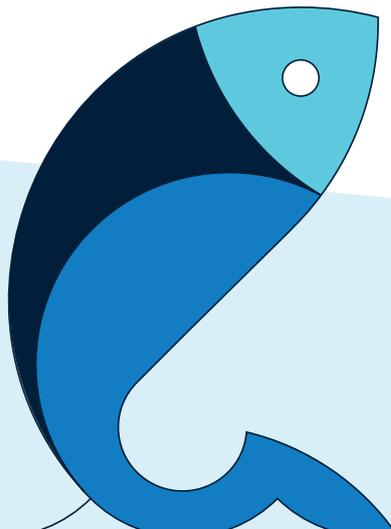


## DE SANEX® ET TAHITI®...

En 2019, nous avons réussi à concevoir des flacons entièrement recyclables. Avec en prime, une prouesse notoire pour deux produits Sanex : la suppression du bouchon des déodorants hommes Sanex® Men Spray et **77% de plastique en moins** dans les éco-recharges de gel douche (par rapport à un flacon).

## ... À SOUPLINE®, AJAX®, PAIC® ET LA CROIX®

Pour ces quatre marques emblématiques, nous avons pour objectif pour 2022-2025, la réduction de l'utilisation du plastique dans tous les emballages et le recours à du **plastique 100% recyclé**, voire des produits sans emballage plastique.



# 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 particulièrement prometteuse.*

**E**n hygiène bucco-dentaire aussi, l'avenir est au recyclable, tant dans les tubes de dentifrice que les brosses à dents. Ainsi l'année 2020 a été marquée par **deux victoires technologiques** : le lancement du tout premier tube Colgate® en plastique recyclable et celui de la brosse à dents en bambou. Nous déployons la technologie sur l'ensemble de nos marques en plusieurs étapes.

## SERONT AINSI RECYCLABLES:

Près de

# 80%

des dentifrices de la marque Colgate® en France **d'ici fin 2021**

# 100%

du portefeuille dentifrices Colgate-Palmolive en France **d'ici fin 2023** (Colgate®, elmex® et meridol®)

# 100%

du portefeuille Colgate-Palmolive dans le monde d'ici 2025

La technologie de ce tube en PEHD monomatériaux est l'occasion de partager nos connaissances et d'incarner doublement notre stratégie RSE. Car au-delà d'étendre ce tube à nos autres marques, notre souhait est de diffuser notre technologie gratuitement. Que d'autres industriels puissent s'approprier notre technologie en l'adaptant à leurs domaines - alimentaire ou cosmétique - nous semble une approche gagnante et vertueuse.

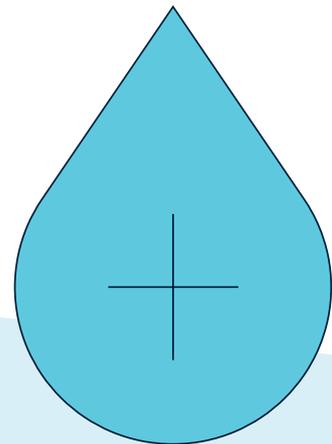


# Un Plus pour la peau, Un Plus pour la planète

**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 formules à forte biodégradabilité.**

L'amélioration des formulations de nos produits d'entretien (Soupline®, Ajax®, Paic® et La Croix®) repose sur **l'élaboration de formules biodégradables et le choix d'ingrédients naturels**, 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 les produits cosmétiques : il s'agit de veiller à une optimisation des formules hypoallergéniques, afin d'améliorer les défenses naturelles de la peau. Autre priorité : **le retrait des sulfates** dans les gels douche et **la suppression des ingrédients controversés** pour les déodorants dès que techniquement possible.

En moyenne, 10 cosmétiques<sup>4</sup> sont utilisés au total par jour et par personne. Chaque 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.



## L'EXEMPLARITÉ DES GELS DOUCHE SANEX® ET TAHITI®

Précurseur dans le développement de produits conçus pour préserver la santé de la peau, **Sanex accumule les innovations depuis sa création en 1984**. Marque numéro 1 recommandée par les dermatologues<sup>5</sup>, elle est à l'origine du premier gel douche sans savon pour un usage quotidien sur le marché espagnol. Ainsi nos gels douche Sanex Zéro% présentent une liste d'ingrédients courte et une formule biodégradable à 99%, dans une bouteille recyclable et rechargeable. **Sans sulfate**, le gel douche Sanex Zéro% contient seulement 10 ingrédients sélectionnés avec soin pour respecter au mieux la peau. Biodégradable à 99%<sup>6</sup> et végétal, cette formule Sanex Zéro% retravaillée en 2020, contribue à respecter l'eau et notre environnement.



Sachant qu'un flacon de gel douche de 250 ml permet de réaliser près de 100 douches, **se laver avec un gel douche Sanex Zero%, permet de contribuer à moins polluer 7 000 litres d'eau<sup>7</sup> !**

Du côté des produits Tahiti® gel douche, nous menons les mêmes efforts avec des gammes de produits privilégiant des **ingrédients d'origine naturelle, sans colorant, avec des formules visant les 98 à 100% biodégradables en 2025 !**

4. Cosmétiques pour le corps - Source : <https://waterfamily.org> 5. Source : étude 2020 IQVIA, 203 dermatologues France.

6. Source : Test OECD 301.7. Sur la base d'une estimation de 2.5ml de gel douche par douche, on considère que 100 douches peuvent être réalisées avec un gel douche de 250 ml

# Colgate-Palmolive France : L'exemplarité d'une communication responsable

En France, en 2018, l'Union des Marques<sup>8</sup> a pris l'initiative de lancer FAIRE, un programme pionnier de 15 engagements pour respecter une communication et un marketing responsables.



Son objectif est de répondre aux enjeux émergents et aux attentes des publics : **respect de la vie privée, transparence et reflet de la diversité de la société**. S'inscrivant dans une démarche collective de progrès et de responsabilité, il s'agit de faire bouger les lignes pour une production audiovisuelle raisonnée, une pédagogie sur les bons usages des produits ou services, une mesure de l'impact environnemental des communications et une meilleure représentation dans le contenu des publicités de gestes éco-responsables.

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



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.**

8. 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 de croissance, innovante et bienveillante, qui réimagine un avenir plus sain pour tous les foyers, 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'1,3 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](http://www.colgatepalmolive.com)**

**CONTACT PRESSE : AGENCE STELLAR**

Ludivine Langlois

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