

Communiqué de presse

24 novembre 2022

Henkel reçoit le prix SIRIUS « Pédagogie RSE Shopper » pour sa campagne de communication « La Beauté du Geste »

- **Initiative portée par 7 marques de cosmétiques du groupe Henkel, la campagne online et offline « La Beauté du geste » met en avant 10 éco-gestes pour inciter de manière ludique et positive les consommateurs à réduire leur impact sur l'environnement.**
- **Décernés par l'Institut du Commerce, les prix Sirius 2022 sont remis le 24 novembre, à la Fondation Pernod Ricard.**

Paris – Henkel France reçoit le prix Sirius « Pédagogie RSE Shopper » pour sa campagne de communication « La Beauté du Geste ». Déployée en ligne et en magasins en 2021 puis 2022, cette campagne ludique et positive cherche à éduquer et sensibiliser les consommateurs au travers de 10 éco-gestes.

A l'origine de cette campagne, un constat : plus de 80% des émissions carbone d'un produit cosmétique sont liées à son usage et son tri/recyclage. Face à cet enjeu de consommation responsable, l'entreprise a souhaité aller au-delà des actions déjà menées sur ses propres produits et son organisation. Pour la première fois, sept marques de produits cosmétiques Henkel - Schwarzkopf, Nature Box, NAE, Diadermine, FA, Le Chat, et Vademecum – se sont associées afin de mettre en avant des gestes simples du quotidien pour accompagner les consommateurs vers un usage toujours plus responsable et durable des produits.

La campagne de sensibilisation La Beauté du Geste a été conçue pour être multicanale. Elle se déclinait tout d'abord en ligne sous la forme d'une page web sur le site de gestion de la relation consommateurs (CRM) « La Belle Adresse » et d'une newsletter « La Beauté du Geste », afin de s'adresser directement aux consommateurs. Des PLV et des aménagements immersifs en magasins fabriqués en carton recyclé et recyclable, ainsi que des animations de vente et des jeux concours complètent le dispositif éducatif pour proposer une expérience unique et ludique aux clients.

L'approche interactive et le ton positif de la campagne encouragent les petits gestes et ont su séduire les consommateurs sans les culpabiliser. Ces gestes concernent notamment le choix de produits plus naturels, leur bonne utilisation, mais aussi de nouveaux rituels à mettre en place autour de la réduction de la consommation d'eau ou encore du geste de tri. Ces réflexes sont présentés de manière ludique : « Gaspiller, j'en ai ma dose », « Je table pas sur le jetable » ou encore « Pour trier ? Je mets le paquet ! ».

Cette initiative s'inscrit dans la volonté des marques de Henkel en France de réduire l'impact environnemental tout au long du cycle de vie de produit. La campagne de communication a été réalisée avec l'agence Sidièse.

En 2023, Henkel poursuivra son déploiement de la campagne La Beauté du Geste, dont les dispositifs pourront être retrouvés dans les enseignes participantes.

« Nous sommes très honorés de remporter ce prix et ravis de l'impact très positif de cette campagne auprès des consommateurs. En tant que collectif de marques de la cosmétique et du soin, nous nous devons de faire évoluer notre offre de façon plus responsable mais aussi d'aider les consommateurs dans une bonne gestion de l'usage et de la fin de vie du produit. Une telle récompense prouve que les engagements de Henkel sont en phase avec les évolutions de la société et qu'il y a de la place pour ce type de démarche » déclare Charlotte Le Buhan, Directrice Marketing Beauty care Retail de Henkel France. *« Notre ambition pour la suite est de pouvoir développer cette initiative à l'international, en engageant à une plus grande échelle les consommateurs à l'enjeu de la consommation responsable »* ajoute celle-ci.

Depuis 2018, les SIRIUS récompensent les meilleures pratiques collaboratives industrie-commerce qui répondent aux attentes sociétales et aux attentes des consommateurs. Créé par l'Institut du Commerce, ces prix mettent en avant la capacité des acteurs à travailler ensemble sur un projet. L'objectif poursuivi est de disséminer les bonnes pratiques collaboratives créatrices de valeur et d'accélérer leur mise en œuvre.

A propos de Henkel

Henkel est présent dans le monde entier avec un portefeuille d'activités diversifié et bien équilibré. L'entreprise détient des positions mondiales fortes dans ses trois secteurs, auprès des industriels comme des consommateurs grâce à ses marques puissantes, ses innovations et ses technologies. Le secteur Adhesive Technologies est leader mondial des adhésifs – sur tous ses segments industriels dans le monde. Avec ses activités Laundry & Home Care et Beauty Care, Henkel détient des positions de leader sur un grand nombre de marchés et de catégories dans le monde. Créée en 1876, Henkel s'appuie sur plus de 140 ans de réussite. En 2021, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 20 milliards d'EUR et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 2,7 milliards d'euros. Henkel emploie près de 52 000 personnes à travers le monde – une équipe passionnée, riche de sa grande diversité, unie par une culture forte, la volonté de créer ensemble de la valeur durable et des valeurs d'entreprise partagées. Reconnu comme un leader en matière de développement durable, Henkel détient des positions de premier plan dans différents classements et indices internationaux. Les actions préférentielles Henkel sont listées à l'indice boursier allemand DAX. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.henkel.fr

Henkel en France

Henkel est en France un acteur clé des produits de grande consommation (cosmétiques, détergents et produits d'entretien) et des technologies adhésives. Présent dans l'hexagone depuis plus de 50 ans, le groupe s'appuie sur plus de 1000 salariés, deux sites industriels et des relations fortes avec de nombreux partenaires locaux. Avec des marques aussi connues que Le Chat, Mir, Schwarzkopf, Loctite et Rubson, les produits Henkel sont présents dans plus de 80% des foyers français. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.henkel.fr. Twitter [@henkelfrance](https://twitter.com/henkelfrance)

Contacts presse

Henkel

Octavie Blandin

Tél : 01 46 84 92 45

octavie.blandin@henkel.com

Agence Burson Cohn & Wolf

Paolo Ghilardi

Tél : 01 56 03 13 02

paolo.ghilardi@bcw-global.com