

RSE Colgate® - elmex® - meridol®

Agir pour donner  
le sourire



# La RSE : un engagement au cœur de l'ADN des marques elmex® et meridol®

*En introduction à la charte RSE des produits elmex® et meridol®, Mehdi Ait-Lahsen, Scientific Affairs Manager France & Belgique, aborde en trois questions les enjeux stratégiques de ces deux marques et leur rôle dans la promotion d'une bonne santé bucco-dentaire.*



**MEHDI AIT-LAHSEN**  
Scientific Affairs Manager  
France & Belgique

## Comment se positionnent elmex® et meridol® au sein du Groupe Colgate-Palmolive ?

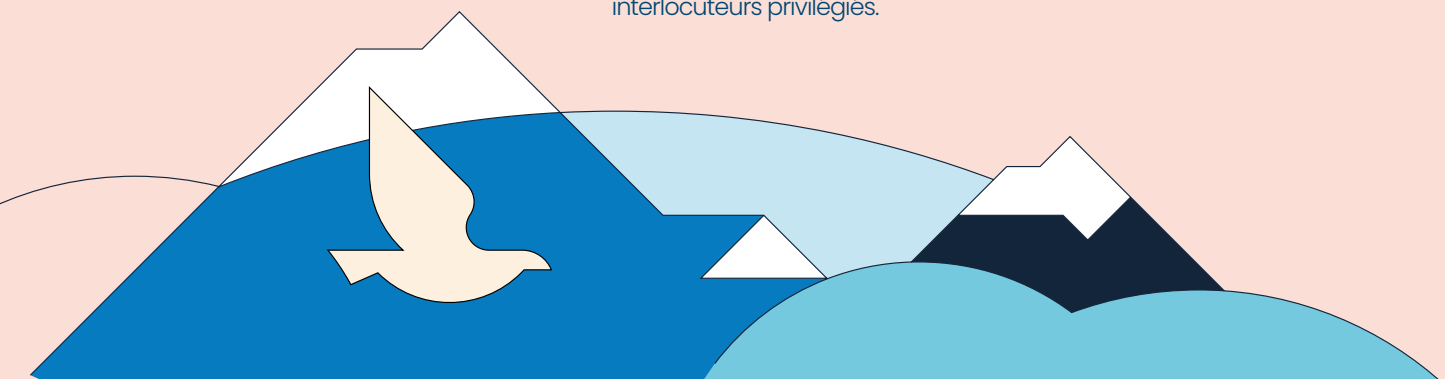
Historiquement, ces deux marques sont issues des laboratoires du groupe européen GABA, dont l'origine remonte à la Goldene Apotheke Basel, fondée en 1637 en Suisse. Depuis leur rachat en 2004, elles font partie intégrante du Groupe Colgate. Grâce à leur haute technicité issue d'une expertise formulaire reconnue - chaque nouveau lancement est systématiquement accompagné d'études cliniques -, elles constituent le fer de lance de notre axe professionnel. Qualifiées de marques thérapeutiques, elles sont au service des chirurgiens-dentistes et de leurs patients. C'est pourquoi elmex® et meridol® sont un gage de confiance et de certitude par la science.

## Déployez-vous les mêmes objectifs RSE que les autres marques du Groupe Colgate-Palmolive ?

Même si pour des raisons technologiques, nous n'avons pas le même calendrier, les marques elmex® et meridol® sont en totale symbiose avec les objectifs RSE du Groupe. À cet égard, notre puissant département R&D est en pointe pour trouver des innovations qui permettent de répondre aux défis majeurs actuels de durabilité et d'environnement. Concrètement, nous avons en ligne de mire que l'ensemble de nos tubes de dentifrice soient recyclables d'ici 2024 : une innovation que le groupe partage d'ailleurs en open source. De la même manière, nous travaillons pour trouver des solutions pour réduire l'impact environnemental de nos brosses à dents.

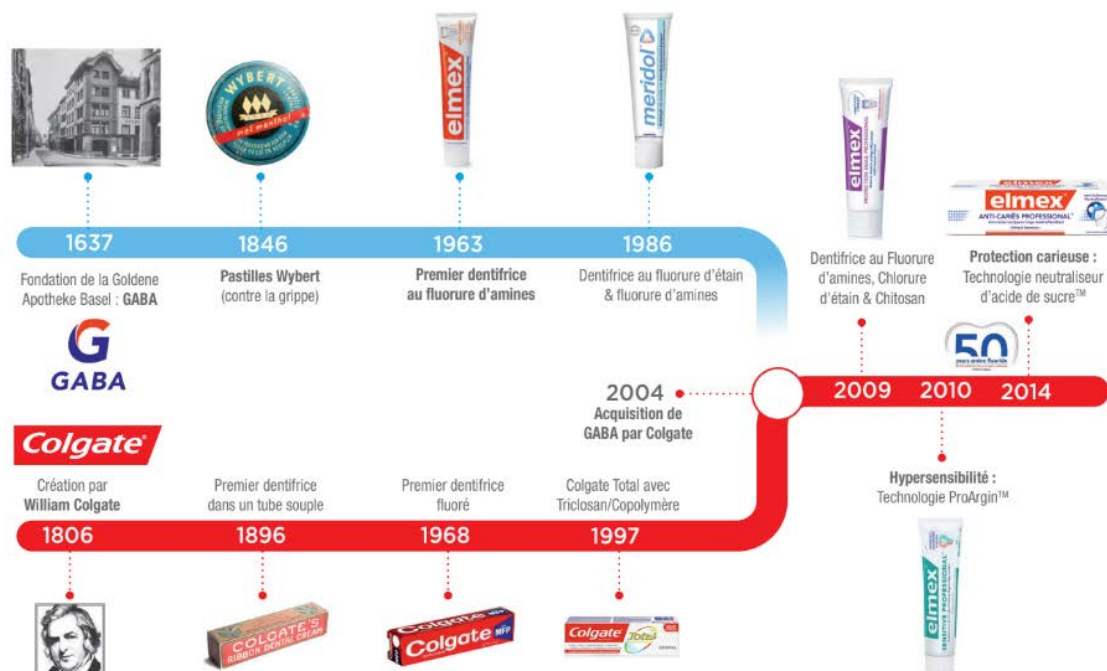
## Pourquoi est-il essentiel de sensibiliser à une bonne hygiène bucco-dentaire ?

Soutenir une bonne hygiène bucco-dentaire auprès des populations est la meilleure façon de participer à une action collective de prévention. Car en apportant des solutions à un problème de santé publique, nous pouvons contribuer à réduire les coûts de soins invasifs ainsi que les déchets générés par ces mêmes soins. En outre, on a tendance à oublier que cela peut avoir un réel impact sur son estime de soi et ses interactions sociales : le sourire n'est-il pas ce que l'on remarque en premier ? La sensibilisation à une bonne hygiène bucco-dentaire passe également par un engagement pour certaines valeurs, et des partenariats qui ont un impact. Que Colgate-Palmolive France lance sa Mission Handicaps ou bien soutienne l'association Premiers de Cordée dans l'univers hospitalier, est à la fois une grande fierté pour nos équipes et permet d'offrir un message cohérent auprès des professionnels de santé qui sont nos interlocuteurs privilégiés.



# 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 puis en 1896 par la mise en vente du premier tube de dentifrice souple ce qui à l'époque n'avait rien d'une évidence, les dentifrices étant exclusivement conditionnés en poudres. L'innovation est donc notre moteur depuis toujours. L'acquisition par Colgate-Palmolive du groupe suisse GABA (Goldene Apotheke Basel) en 2004, groupe dont l'origine remonte à 1637, lui a permis de consolider sa position sur le marché du dentifrice en Europe. Mais au-delà d'une logique de marché, ces groupes avaient en partage des expertises fortes et complémentaires.



L'hygiène bucco-dentaire chez Colgate-Palmolive en quelques chiffres :

## DANS LE MONDE :



- 6 centres technologiques
- 700 scientifiques dédiés à la recherche, 1 539 brevets actifs et d'importants partenariats



## EN FRANCE :

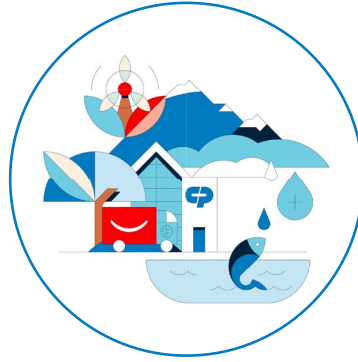
- 900 pharmaciens formés et 1 force de vente dédiée unique pharmacie et dentaire
- 15 000 dentistes et 100% de faculté dentaires visités
- 3 symposiums et 5 webinars annuels.

# 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 :



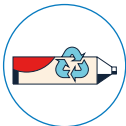
Encourager nos collaborateurs à faire la différence



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 personnes<sup>1</sup>



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 !**



# La santé bucco-dentaire : un enjeu de santé publique !

Il est essentiel de rappeler quelques chiffres pour prendre la mesure de l'importance de l'hygiène bucco-dentaire. Selon l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), les caries représentent le 3<sup>e</sup> fléau mondial<sup>2</sup> avec des conséquences parfois graves.

- **Dans le monde : 80% de la population en souffre** : 5,4 milliards de personnes, 60-90% des enfants et presque 100% des adultes ont déjà eu des caries<sup>2</sup>.
- **En France : 20% des enfants concentrent 80% des caries<sup>3</sup>**. Chez les adultes, 50% ont au moins une carie active en bouche<sup>4</sup>, sans compter les maladies des gencives et les érosions de l'émail qui affectent fortement la population.

## NOTRE DÉFI : SENSIBILISER LES PLUS JEUNES À L'HYGIÈNE BUCCO-DENTAIRE

Depuis 1991, impliqués dans la promotion de la santé bucco-dentaire auprès des populations, nous avons lancé un programme pédagogique mondial à destination des plus jeunes.

## SUCCÈS D'UNE INITIATIVE RECONNUE

- En 30 ans, plus de 1,4 milliards d'enfants, dans plus de 80 pays, ont pu bénéficier de nos actions pédagogiques. En France, elmex® porte les couleurs du programme intitulé « Des dents saines pour des enfants heureux ». Il est parfaitement identifiable grâce à ses mascottes, deux petites souris, elmy & mexy, très populaires auprès des enfants et des professionnels.
- En France, entre le CP et la sixième, ce sont plus de 300 000 enfants qui en bénéficient chaque année par la mise à disposition gratuite de kits disponibles via le site elmex®. Il suffit aux enseignants d'en passer la commande à partir de la rentrée scolaire.
- Autre soutien à cette démarche : dans le cadre du service sanitaire, les étudiants de 4<sup>e</sup> année en dentaire peuvent diffuser en moyenne 1 200 kits dans les zones défavorisées ou les écoles. Enfin, des kits sont également réservés aux dentistes.

Pour en savoir plus : [kit-pedagogique-fr.elmex.com](http://kit-pedagogique-fr.elmex.com)



<sup>2</sup> OMS - Organisation Mondiale de la Santé - 2012

<sup>3</sup> Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé. Utilisation du fluor dans la prévention de la carie dentaire avant l'âge de 18 ans. Octobre 2008

<sup>4</sup> Haute autorité de santé « Stratégie de prévention de la carie » 2010

SOUTENIR DES MILLIONS DE FOYERS

## Trois marques spécifiques au service des professionnels de santé !

Parce que notre mission est de collaborer avec les professionnels de santé dentaire, nous concevons des formules qui répondent toujours au mieux à leurs besoins. Ainsi chacune des trois marques elmex®, meridol® et Colgate® est investie auprès des dentistes afin que les professionnels de santé sensibilisent leurs patients au brossage de dents, au choix de dentifrices et de bains de bouche adaptés. Si les produits Colgate sont les incontournables dans le quotidien des patients n'ayant pas de problèmes spécifiques, les gammes elmex® et meridol® sont recommandées en prévention.



Par ailleurs, l'historique même d'elmex®, meridol® et Colgate® illustre cette démarche. Commençons par la marque à l'origine du Groupe : Colgate®. Rappelons que **sa success story dévolue au bien-être et à l'hygiène commence en 1806** quand son fondateur, William Colgate, commercialise avec succès du savon de ménage. Son coup d'éclat portera ensuite sur l'hygiène bucco-dentaire : **en 1873, Colgate est la 1ère entreprise à commercialiser en masse les dentifrices en pots de porcelaine puis en 1896, autre innovation majeure : le 1er tube de dentifrice souple en étain enroulable** (le Colgate Ribbon Dental Cream !).

Innovation marquante qui annonce celles de notre XXI<sup>e</sup> siècle : **en 2019, le 1er tube de dentifrice recyclable est lancé sur le marché avec la gamme Colgate® Smile For Good.**



À l'origine de la marque elmex® créée en 1963, **le premier dentifrice à base de fluorure d'amines**: cette molécule a des propriétés tensioactives qui lui permettent de se répartir uniformément et de protéger la surface d'émail contre l'apparition des caries.

**elmex® est aussi un partenaire de très longue date de la Société Française d'Odontologie Pédiatrique (SFOP)** qui est en première ligne pour lutter contre les caries chez les enfants. Plus récemment, **elmex® a créé sa technologie MicroProtection, une technologie unique pour lutter contre un mal touchant un tiers de la population<sup>5</sup>, l'érosion dentaire.** Au sein d'une gamme complète nommée elmex® Opti-émail Professional, celle-ci comprend un dentifrice et une solution dentaire qui, utilisés conjointement, assurent une protection optimale face aux attaques acides qui érodent l'émail dentaire. **La technologie Micro-protection se compose de chlorure d'étain et de fluorure d'amines, auxquels s'ajoute du chitosan.** Sous forme d'ions, l'étain pénètre dans les cristaux d'émail érodé. Ainsi renforcés, leur solubilité est diminuée. Pour amplifier cet effet anti-érosion, intervient la combinaison d'étain et de fluorure tandis que le fluorure d'amines stabilise les sels d'étain. Enfin le chitosan forme un film fixateur qui favorise le maintien des autres principes actifs à la surface des dents. Comme un bouclier face aux attaques acides, ces principes actifs forment une couche protectrice riche en étain sur la surface de la dent.



Très majoritairement diffusée en pharmacie et parapharmacie, **elmex® est en France la marque d'hygiène bucco-dentaire n°1 recommandée par les dentistes<sup>6</sup> et en première place des dentifrices vendus en officine<sup>7</sup>.** Cette reconnaissance par les professionnels est une marque de confiance partagée par le grand public.

Vingt-trois ans plus tard, **meridol® s'impose à son tour, avec des solutions spécifiques, toujours basées sur des principes actifs antibactériens innovants, pour protéger les tissus gingivaux.** meridol® c'est aussi un soutien apporté à la profession avec des partenariats importants, comme celui avec le **Collège National des Enseignants en Parodontologie (CNEP)**, par la création du **prix meridol®** qui existe depuis plus de 20 ans et qui permet de mettre à l'honneur des jeunes assistants ou internes lors d'un moment dédié pendant les journées de ce Collège. Comme également le partenariat de près de 25 ans avec la **Société Française de Parodontologie et implantologie orale (SFPIO)** avec la volonté de développer activités et matériels éducatifs tant pour les patients que pour les professionnels dentaires.

Pour en savoir plus : [www.elmex.com](http://www.elmex.com) - [www.meridol.fr](http://www.meridol.fr) - [www.colgateprofessional.fr](http://www.colgateprofessional.fr)

<sup>5</sup> Jaeggi T, Lussi A : Prevalence, incidence and distribution of erosion. In: Lussi A (Ed.) : Dental erosion: from diagnosis to therapy. Basel : Karger, (2006), 44-65.

<sup>6</sup> Marque d'hygiène bucco-dentaire recommandée le plus souvent par les dentistes en France. Étude quantitative IQVIA 2022.

<sup>7</sup> Open Health Pharmacie + Parapharmacie YTD avril 2022, PDM ventes valeur.



# PRÉSERVER NOTRE ENVIRONNEMENT

## Des sites de production qui visent à être exemplaires



### ZOOM SUR LE SITE INDUSTRIEL COLGATE-PALMOLIVE PAR ŚWIDNICA EN POLOGNE

Nos engagements en termes de production s'expriment pleinement avec notre usine implantée à Świdnica en Pologne depuis 2008. Celle-ci produit pour la France, et la plupart des pays européens, la grande majorité des dentifrices et bains de bouche pour nos marques Colgate®, elmex® et meridol®.

Nous visons la certification 100% TRUE™ Zero Waste pour l'ensemble de nos opérations d'ici 2030. Grâce au travail qui a commencé début 2020, notre site de Świdnica a obtenu cette certification fin 2021 !

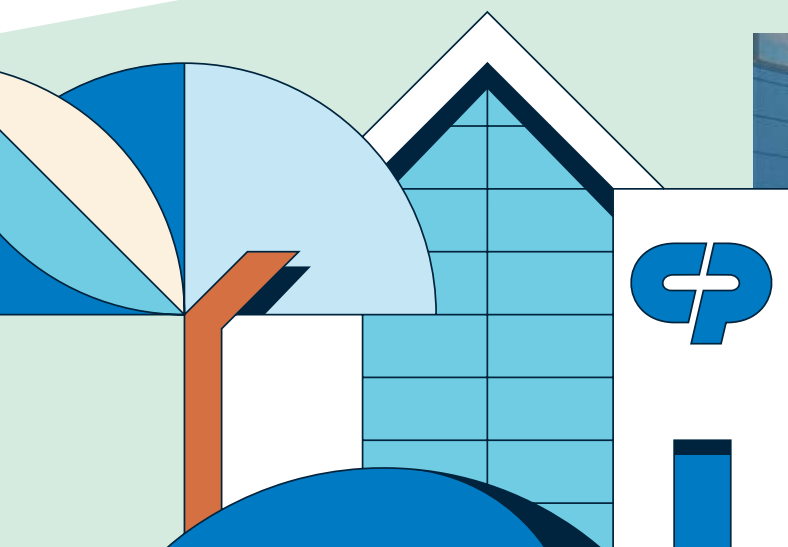
TRUE™ Zero Waste a une approche systémique globale visant à changer la façon dont les matières premières circulent dans la société, ce qui permet d'éviter le gaspillage, notamment via :

- la gestion des ressources afin que tous les produits soient réutilisés
- et la réduction des volumes de déchets

Nous visons aussi à être "Net Zero Water" pour tous nos sites d'ici 2030. Pour cet objectif aussi, la réflexion 3R de Réduire/Réutiliser/Recycler est mise en place par nos collaborateurs à Świdnica pour optimiser la ressource eau sur toute la chaîne de production.

Le groupe-ressource d'employés "Energy Treasure Hunt" identifie des initiatives concrètes pour contribuer à atteindre l'objectif de réduction de 25% d'énergie d'ici 2025 de l'usine de Świdnica. Nous maintenons également notre engagement à nous approvisionner en électricité 100% renouvelable d'ici 2030, atteignant déjà plus de 50 % en Europe.

Toutes ces initiatives contribuent à des impacts environnementaux réduits, et d'autres projets continueront d'être mis en place pour optimiser toujours plus les ressources.





# La RSE : un prolongement de notre mission au service de la santé bucco-dentaire

*De l'approvisionnement à la production, en passant par nos emballages et nos formules, nous nous efforçons de concevoir des produits de qualité, contribuant au respect de la planète, en agissant sur l'ensemble de la chaîne de valeur.*

Côté Colgate®, la marque s'est engagée à commercialiser **l'ensemble des tubes de dentifrice en plastique recyclable pour fin 2023**. 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**.

## ELMEX® ET MERIDOL® : MOINS D'INGRÉDIENTS POUR DES FORMULES EFFICACES ET SÛRES

Après Colgate, elmex® & meridol® vont bénéficier de notre technologie de tube recyclable pour que **100% des dentifrices de Colgate-Palmolive France soient recyclables en 2025**, comme le groupe s'y est engagé.

Par ailleurs, le recours au **fluorure d'amines Olafleur** qui est la molécule fluorée la plus efficace, est un véritable atout car **celle-ci permet d'optimiser le nombre**

**d'ingrédients utilisés dans la formule** : ses propriétés tensioactives évitent l'ajout d'agents moussants et de détergents, et son action antibactérienne permet de s'affranchir de l'emploi de conservateurs.

## ELMEX® : UNE PREMIÈRE INITIATIVE POUR RÉDUIRE L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT !

Nul n'est censé ignorer les bons gestes d'hygiène dentaire : les dentistes recommandent de **changer de brosse à dents tous les 3 mois** ! Entre cette injonction et celle de l'incidence sur l'environnement d'un manche le plus souvent en plastique, elmex® a trouvé la solution. Pour la gamme **elmex® ANTI-CARIES** : Précision, Douceur et Ultra Soft, la marque a relevé un défi en matière de fabrication grâce à **un manche fabriqué avec 25% de plastique recyclé** ! Un exemple de l'engagement du groupe d'intégrer **25% de plastique recyclé dans l'ensemble de son portefeuille de produits d'ici 2025**.



## 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

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

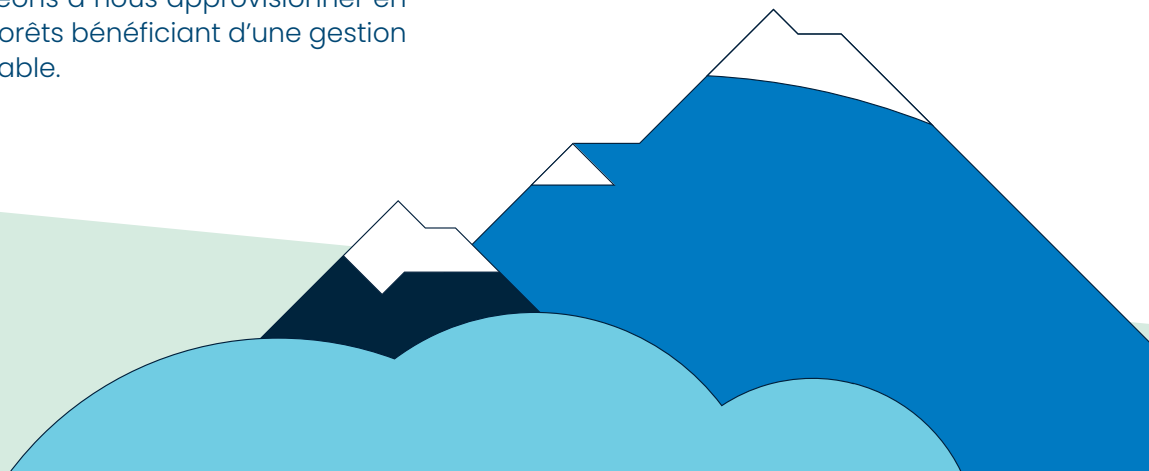
La poursuite du déploiement de **notre tube de dentifrice recyclable** sur la marque Colgate®.

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.



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

*Fidèle à ses valeurs, le sourire résume tout du combat historique en matière d'hygiène bucco-dentaire de la marque la plus présente dans les foyers au niveau mondial<sup>8</sup>. Et 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 déjà recyclables :

- près de 80 % des dentifrices de la marque Colgate<sup>8,9</sup>

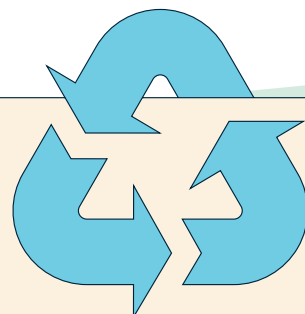
## Seront recyclables :

- 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<sup>er</sup> 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%<sup>10</sup> 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)<sup>10</sup>. Jusqu'à présent, une majorité de ces tubes n'étaient pas recyclables par les collectivités locales.»



Pour en savoir plus : [www.colgate.fr](http://www.colgate.fr)

<sup>8</sup> Kantar Brand Food print 2022, pénétration Colgate 57,3%

<sup>9</sup> Données internes Colgate-Palmolive. Chiffres d'Affaires 2021

<sup>10</sup> AC Nielsen (GMS) + OpenHealth (Pharmacie + Parapharmacie) Année 2021



## 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](http://www.colgatepalmolive.com)