

GILLETTE ET GILLETTE VENUS LANCENT DES EMBALLAGES DE RASOIRS MANUELS SANS PLASTIQUE ET ENTIÈREMENT RECYCLABLES

Zurich, juin 2021 : Gillette et Gillette Venus introduisent des emballages en carton entièrement recyclables pour leurs rasoirs manuels en juin 2021. Cette évolution permettra d'économiser 545 tonnes de plastique chaque année à l'échelle européenne. Cette nouveauté constitue une étape importante pour les deux marques dans la réalisation de leurs objectifs ambitieux en matière de durabilité à l'horizon 2030. Le principe directeur de cette initiative : offrir les meilleurs produits de rasage possibles tout en préservant les ressources de la planète. Pour parvenir à ce résultat, nous devons réduire progressivement notre empreinte écologique en prenant des mesures dans des domaines importants tels que les emballages, la production de déchets, la consommation d'eau, les processus de fabrication et la chaîne d'approvisionnement. Concrètement, cela signifie que nous devons réduire de 50% la proportion de plastique neuf dans les emballages ainsi que les émissions de gaz à effet de serre à l'horizon 2030. Ces objectifs, ainsi que les mesures mises en œuvre par Gillette et Gillette Venus, constituent une part importante des objectifs de durabilité fixés par la société mère Procter & Gamble (P&G) dans le cadre de son « Ambition 2030 ».



UN NOUVEAU MATÉRIAU D'EMBALLAGE POUR PLUS DE DURABILITÉ DANS LA SALLE DE BAINS

Plus de 800 millions de consommateurs dans le monde font confiance à Gillette et Gillette Venus pour le rasage sur peau humide. Les deux marques prennent cette responsabilité au sérieux et considèrent cette confiance comme une occasion d'accomplir davantage ensemble en termes de durabilité : « En tant que leader de l'industrie et du marché, nous reconnaissons que nous jouons un rôle essentiel dans la mise en œuvre de changements significatifs. L'introduction de nouveaux emballages en carton recyclable pour Gillette et Gillette Venus constitue une étape importante vers la réalisation de nos objectifs à l'horizon 2030 », explique Pankaj Bhalla, Senior Vice President Europe, Grooming chez Procter & Gamble.

Le nouvel emballage sans plastique des rasoirs manuels Gillette et Gillette Venus est fabriqué à partir de carton entièrement recyclable. L'emballage comporte au moins 37% de matériaux recyclés après consommation (Post-Consumer-Recyclingmaterial, PCR). Le revêtement intérieur de la boîte est également fabriqué à partir d'une pâte à papier entièrement recyclable, avec 95% de PCR. L'emballage en carton et le revêtement intérieur sont tous les deux certifiés FSC. Ce nouveau matériau permettra d'économiser 545 tonnes de plastique par an à l'échelle de l'Europe (sur la base du volume des ventes de l'année précédente), ce qui correspond à un volume de plastique d'environ 55 millions de bouteilles d'eau en PET.

DES INNOVATIONS PERMANENTES POUR UN RASAGE DE HAUTE QUALITÉ

La gamme de produits Gillette et Gillette Venus évolue constamment pour offrir aux consommateurs et consommatrices des produits durables et de haute qualité. Par exemple, à partir de 2021, Gillette Venus permettra de choisir entre deux options de manche durable sur presque tous les rasoirs : soit en métal, soit en plastique avec 30% de contenu recyclé après consommation. Les rasoirs Gillette bénéficient cette année d'un nouveau design minimaliste et d'évolutions technologiques.

Les manches, s'ils sont bien entretenus, peuvent être utilisés pendant au moins cinq ans, et les lames de rasoir de haute qualité des grandes marques permettent un rasage en douceur pendant un mois. Un rasoir manuel Gillette à 5 lames est deux fois plus durable et produit donc moins de déchets (pour les rasoirs Gillette à 5 lames par rapport au modèle Gillette Sensor3).

OBJECTIFS DE DURABILITÉ JUSQU'EN 2030

Les objectifs de durabilité de P&G à l'horizon 2030 concernent les domaines des marques, des chaînes d'approvisionnement, ainsi que des employés et de la société. **Avec les mesures actuelles, les marques Gillette et Gillette Venus examinent de plus près leurs objectifs de durabilité:**



RÉDUCTION DES DÉCHETS

- Réduction de 50% de la quantité de plastique vierge utilisée



MATÉRIAUX UTILISÉS

- Emballages 100% recyclables
- Utilisation de matériaux recyclés dans les produits



RESSOURCES

- Électricité 100% renouvelable
- Réduction de 35% de la consommation d'eau dans la production



EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

- Réduction de 50% des émissions de gaz à effet de serre



RESPONSABILITÉ SOCIALE

- Par le biais de projets sociaux et d'initiatives éducatives, nous nous efforçons d'inciter les gens à devenir des modèles positifs pour la prochaine génération.

LA DURABILITÉ ÉGALEMENT AU CŒUR DE LA PRODUCTION

Au cours de la dernière décennie (de 2010 à 2020), Gillette et Gillette Venus ont déjà atteint des objectifs de durabilité de grande envergure sur tous les sites de production dans le monde :

Réduction totale de la consommation d'énergie de 392 851 Gigajoules sur une période de 10 ans (quantité suffisante pour alimenter 17 millions de foyers en électricité)

Les émissions de gaz à effet de serre ont globalement été réduites de près de 70'000 tonnes sur une période de 10 ans (ce qui équivaut à environ 26%)

En Allemagne, Gillette fabrique ses produits à Berlin-Tempelhof depuis plus de 80 ans. Aujourd'hui, la moitié des lames produites dans le monde pour les rasoirs haut de gamme Fusion, Venus, Mach3 Start et SkinGuard Sensitive sont fabriquées sur ce site. Nous y avons mis en place un processus de production qui augmente l'efficacité énergétique et réduit les émissions: En 2016, l'usine de Berlin a été équipée d'un système de production d'énergie décentralisé très efficace, qui établit de nouvelles normes pour les directives environnementales propres à l'entreprise. Grâce à la production combinée de chaleur, d'électricité et de froid, la centrale de Berlin permet chaque année de réduire la consommation d'eau de 20% et d'éviter environ 3'900 tonnes métriques d'émissions de CO2.



Vous pouvez télécharger des illustrations [ici](#).

À propos de Gillette: Depuis plus de 110 ans, Gillette livre une technologie de précision et des produits aux performances inégalées en améliorant le quotidien de plus de 750 millions d'hommes dans le monde. Rasage, soins du corps ou encore soins de la peau: Gillette offre une large gamme de produits dans le monde entier, en particulier des rasoirs, des gels de rasage (gels, mousses et crèmes), des soins de la peau et des après-rasages. Pour en savoir plus et consulter les dernières actualités de Gillette, visitez le site www.gillette.com.

À propos de Procter & Gamble: Procter & Gamble (P&G) offre aux consommateurs et consommatrices du monde entier l'une des gammes les plus solides de marques de premier plan et de grande qualité, notamment Always®, Antikal®, Ariel®, blend-a-dent®, Braun®, Clearblue®, Dash®, Fairy®, Febreze®, Gillette®, Head & Shoulders®, Herbal Essences®, Lenor®, Mr. Proper®, Olay®, Old Spice®, Oral-B®, Pampers®, Pantene Pro-V®, Persona®, Swiffer® et Wick®. P&G est actif dans 70 pays à travers le monde. Pour de plus amples informations sur P&G et ses marques, veuillez consulter www.pg.com et www.twitter.com/PGDeutschland.

Contact: Procter & Gamble, Directeur de la communication de marque Grooming DACH, Sulzbacher Strasse 40, 65824 Schwalbach/Ts, Nina Knecht, Tél.: +49 (0)6196 89 8760, e-mail: knecht.n@pg.com
 Marques commerciales - PRIME Public Relations GmbH, Staffelstrasse 12, 8045 Zurich Marco Boppert, Tél.: +41 44 287 36 36, e-mail: marco.boppert@prime.ch