

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Une nouvelle étape est franchie: Beiersdorf commercialise les premiers produits climatiquement neutres sous la marque NIVEA et confirme ainsi son engagement en faveur du climat.

- Pour la protection du climat: Beiersdorf met désormais en œuvre de façon cohérente son programme de développement durable CARE BEYOND SKIN au niveau des produits aussi
- Avec les produits de soin du visage **Naturally Good NIVEA**, c'est l'arrivée sur le marché des premiers produits climatiquement neutres
- Innovation en matière d'emballage durable: le plastique renouvelable certifié remplace le plastique neuf issu du pétrole et réduit les émissions de CO₂

Hambourg, 22 avril 2021 – Avec son programme de développement durable **CARE BEYOND SKIN**, Beiersdorf fait avancer considérablement la question de la protection du climat et a franchi une nouvelle étape: avec la gamme de soins du visage Naturally Good NIVEA, les premiers produits neutres sur le plan climatique de l'entreprise de soins de la peau basée à Hambourg sont désormais commercialisés dans une trentaine de pays, et d'autres suivront. Avec cette étape, ainsi que d'autres initiatives, le groupe travaille activement à sa transformation vers plus de développement durable et une empreinte écologique réduite. « Le changement climatique est l'un des plus grands défis auxquels sont confrontés la société et nos consommateurs. C'est pourquoi chez Beiersdorf, la protection du climat est le pilier central de « Care Beyond Skin », notre engagement en faveur du développement durable », explique Stefan De Loecker, directeur générale du groupe Beiersdorf SA. « Les initiatives en faveur du développement durable à l'intérieur et à l'extérieur de notre entreprise visent à réduire les émissions - y compris au niveau de nos marques et de nos produits » poursuit De Loecker.

De la protection du climat à la durabilité des produits

Que ce soit Eucerin, NIVEA ou Hansaplast, les marques de Beiersdorf font partie intégrante du programme de développement durable et leurs produits apportent une contribution importante à cette transformation. Depuis des années, les différentes gammes sont optimisées en termes d'impact environnemental. Fin 2019, 55% du chiffre d'affaires réalisé par Beiersdorf ont été réalisés avec des produits dont l'empreinte écologique avait été optimisée.¹ Beiersdorf franchit à présent une étape de plus: en plus de la réduction du CO₂ au niveau des produits, les émissions inévitables sont compensées à travers des projets de reforestation pour renforcer ainsi la protection du climat. Les produits dont l'empreinte carbone a déjà été fortement réduite seront désormais neutralisés du point de vue climatique et deviendront ainsi la nouvelle référence en matière de durabilité des produits.

¹ Par rapport à l'année de base 2011.

« Avec cette démarche, nous avons franchi une étape importante, à la fois dans le sens de la protection du climat grâce aux projets de reforestation que nous soutenons, mais aussi dans le sens de la transparence pour nos consommateurs, qui peuvent désormais voir clairement sur le produit qu'ils font un choix particulièrement durable », explique Jean-François Pascal, Vice President Corporate Sustainability chez Beiersdorf.

Le plastique renouvelable, levier de la neutralité climatique

Les produits de soins du visage Naturally Good NIVEA sont commercialisés comme étant la première gamme climatiquement neutre du fabricant de soins pour la peau basé à Hambourg. C'est une innovation en matière d'emballage permettant de réduire considérablement les émissions de CO₂ qui a servi de point de départ à la neutralité climatique. Aussi bien le pot que le couvercle des crèmes pour le visage sont fabriqués en plastique renouvelable certifié. La matière première utilisée, l'huile de tall ou tallöl, est un sous-produit de la sylviculture et est utilisée selon le principe du bilan de masse certifié. « En utilisant cette matière première renouvelable, nous faisons en sorte que notre objectif se traduise par des actions. D'ici 2025, nous voulons utiliser pour nos emballages 50% en moins de plastique neuf à base de pétrole. Avec les pots fabriqués à partir de plastique renouvelable, nous sommes un pionnier dans notre secteur » confirme Michael Becker, Head of Global Packaging Development. A côté de l'emballage, les formules sont également particulièrement durables: elles se composent à 99 % d'ingrédients naturels et véganes et sont sans microplastiques². Par ailleurs, depuis 2019, Beiersdorf produit avec 100% l'électricité écologique.

"Sans plastique" et autres innovations durables

Une autre innovation convaincante en matière de développement durable, non seulement par son emballage mais aussi par sa formule, c'est **MagicBAR NIVEA**, le premier produit certifié de NIVEA. Les nettoyants solides pour le visage ne contiennent aucun emballage plastique et sont vendus dans un étui pliant en carton recyclé, ce qui réduit l'empreinte écologique du produit. De plus, la formule solide permet d'économiser de l'eau au cours du processus de fabrication, ce qui constitue un autre avantage par rapport aux produits de nettoyage proposés sous forme liquide.

Eucerin aussi, ainsi que les marques Health-Care de Beiersdorf, travaillent constamment à l'optimisation de leurs produits. En Suisse, Eucerin renonce déjà aux notices et cessera complètement de les utiliser pour tous les produits non médicaux. Hansaplast, Elastoplast et CURITAS utilisent depuis le début de l'année de nouvelles boîtes pliantes plus légères pour l'emballage de leurs produits et ont ainsi pu réduire davantage leur empreinte écologique.

La protection du climat n'est possible qu'ensemble

Beiersdorf ne se contente pas de poursuivre la transformation de sa propre entreprise, mais est activement à l'origine de changements dans le secteur et au-delà. Pour cela, l'entreprise s'appuie sur des partenariats durables et solides avec des fournisseurs et des partenaires commerciaux,

² Beiersdorf se base sur la définition du "Programme des Nations unies pour l'environnement" (PNUE), qui décrit les microplastiques comme des particules plastiques solides d'un diamètre inférieur à 5 mm, non biodégradables et non solubles dans l'eau.

des ONG et des instituts de recherche. Ainsi, Beiersdorf est par exemple signataire de l'engagement mondial en faveur du New Plastics Economy Global Commitment, le Nouvel Engagement Mondial pour l'Economie des Plastiques, mené par la Fondation Ellen MacArthur et le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) et qui vise à promouvoir et à accélérer la transition vers une économie circulaire pour les plastiques. L'économie circulaire joue un rôle essentiel dans la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre en modifiant la façon dont nous concevons, fabriquons et utilisons les produits et les aliments. De plus, Beiersdorf a collaboré avec Werner & Mertz et l'Institut Fraunhofer pour l'ingénierie des procédés afin de développer la première « norme cosmétique » librement accessible, qui sert de ligne directrice pour l'utilisation des plastiques usagés dans les emballages cosmétiques.

A propos de Beiersdorf AG

Depuis plus de 135 ans, Beiersdorf est synonyme de soins innovants et de haute qualité pour la peau et le corps et est à précurseur dans le domaine de la recherche sur la peau. Des marques leader au niveau international, comme NIVEA – marque numéro 1 au monde de soins pour la peau* –, EUCERIN (dermo-cosmétique), LA PRAIRIE (cosmétique sélective) et HANSAPLAST (pansements et soin des plaies) savent convaincre jour après jour des millions de gens à travers le monde. D'autres marques de renom comme LABELLO, AQUAPHOR, FLORENA, 8X4, HIDROFUGAL, GAMMON, COPPERTONE, MAESTRO, CHAUL et STOP THE WATER WHILE USING ME! complètent ce vaste portfolio. En tant que l'un des principaux fabricants mondiaux de rubans adhésifs techniques et de solutions de systèmes auto-adhésifs, Beiersdorf est également actif auprès de l'industrie, du commerce et des consommatrices et consommateurs par le biais de sa filiale détenue à 100 % tesa SE.

L'entreprise, dont le siège social est situé à Hambourg, a obtenu en 2020 un chiffre d'affaires de 7.025 millions d'euros ainsi qu'un résultat d'exploitation (EBIT) considérable de 828 millions d'euros. Beiersdorf emploie plus de 20.000 personnes à travers le monde, unies par des valeurs communes, une forte culture d'entreprise et l'objectif de Beiersdorf „Care Beyond Skin“. Avec la stratégie [C.A.R.E.+](#), l'entreprise poursuit un programme d'investissement pluriannuel visant une croissance à la fois compétitive et durable. Le programme s'inscrit dans le cadre de l'ambitieux [programme de développement durable](#), avec lequel Beiersdorf crée une valeur ajoutée évidente pour les consommatrices et consommateurs, la société et l'environnement.

* Source: Euromonitor International Limited; NIVEA marque-ombrelle dans les catégories soins du visage, du corps et des mains; chiffre d'affaire du commerce 2019.

Plus d'informations sur www.beiersdorf.de.

[Twitter](#)

[YouTube](#)

[LinkedIn](#)

[Xing](#)

Contact:

Beiersdorf AG

Britta Toukabri

Public Relations Manager

Tel: +41 61 415 61 11

E-Mail: press_service.ch@beiersdorf.com