



Colgate®

***L'optimisme
en action***

Manifeste



Édito

Le par(t)i de l'optimisme...

Comment vivre sans sourire ? Au cours de la pandémie de la Covid-19, nous étions contraints de nous protéger derrière des masques. Devenus invisibles, les sourires se devinaient dans les regards. Ils prenaient plus d'intensité.

Si le sourire est peu de chose, il peut beaucoup. Oublions les sourires forcés. Ne gardons que les vrais, les authentiques. Ceux qui ont le pouvoir de faire fondre. Contagieux, un sourire peut faire des miracles. Alors pourquoi oublions-nous si souvent de sourire ? Spontané chez l'enfant, nous le perdons en grandissant. Pour soi-même ou pour les autres, renouons avec lui pour en faire notre allié.

Chez Colgate, le sourire est au cœur de notre culture du soin pour favoriser l'estime de soi. Il résume notre ADN de marque. Grâce à la performance technologique de nos produits de santé et d'hygiène bucco-dentaire, grâce à nos programmes de soins et d'éducation, nous offrons à chacun les moyens de sourire.

Présents dans les foyers de plus de 60% de la population mondiale, nous voulons aller aujourd'hui plus loin dans nos engagements. Avec "Courageous smile", notre première campagne sociétale, nous franchissons une étape importante de notre histoire. Ambitieux, notre objectif est d'encourager l'optimisme.

Qu'est-ce qui fonde l'optimisme ?
Le sourire ! Qu'est-ce qui fait le plus souvent défaut dans nos sociétés contemporaines ?

L'optimisme. À l'ère des médias et réseaux sociaux, les nouvelles affluent en flux continu. Les mauvaises tournent en boucle, les catastrophes ont la cote. Les bonnes font rarement le buzz. Certes, des historiens ont mis en lumière dans des publications que jamais l'histoire de l'humanité n'a connu une telle période de paix et de prospérité. Mais qui les croit ? Alors où cueillir encore quelques fleurs d'optimisme ? À nous de les cultiver. Semons sans tarder des graines des sourires.

Parce que la lumière d'un sourire peut apporter un souffle d'optimisme, nous voulons être inspirants et donner envie à chacun d'adopter une attitude positive. Parce qu'un simple sourire peut soulever des montagnes d'optimisme, nous voulons montrer combien cette transformation individuelle peut être bénéfique. Parce qu'un sourire est unique et peut ouvrir le champ des possibles, nous voulons que chacun tente cette expérience.

Tel est notre souhait, et notre espérance, afin de construire un avenir meilleur.

**Sans limites,
sourions et cultivons l'optimisme.**

Quoi de plus irrésistible qu'un sourire ?



Chez Colgate, nous en avons fait notre logo. À lui seul, ce sourire résume tout de notre combat historique en matière d'hygiène bucco-dentaire. Aujourd'hui, avec cette signature, nous nous engageons dans un autre combat en tant que **"Champion de l'optimisme"**. Car oui, d'un simple sourire, on peut vaincre les peurs, les préjugés et les refus. S'inscrivant en prolongement

de notre gamme de **produits éco-responsables "Smile for good"**, notre campagne 2020 prend le parti d'inviter le plus grand nombre à oser des sourires courageux ("Courageous smile"). Grâce à cet optimisme en action, nous souhaitons inciter chacun à adopter une attitude positive et optimiste. Ce nouveau chapitre nous donne l'occasion de rappeler qui nous sommes.

Sous le signe de l'ouverture...

Notre histoire a commencé aux États-Unis en 1806 avec la création de la William Colgate & Company.

Notre fondateur William Colgate se spécialise dans la fabrication de savons, détergents et produits d'hygiène. De cette industrie pionnière et prospère, notre marque est devenue un acteur leader mondial de la santé bucco-dentaire.

Dès les années 20, Colgate s'exporte aux quatre coins du globe. La France (1920), le Royaume-Uni (1922) et l'Allemagne (1925) sont les premiers pays européens à nous importer. Faire grandir une marque qui a une histoire de plus de 200 ans, et dont nous continuons d'écrire l'avenir, est la fierté de nos collaborateurs.

Aujourd'hui, nous sommes présents dans 200 pays, soit près de 62% des foyers de la planète. Pour conserver notre rôle de leader en matière d'hygiène et de soin bucco-dentaire, l'innovation - dans nos formulations et nos packagings - est l'enjeu permanent de nos équipes d'ingénieurs et de chercheurs. Car nous avons à cœur de satisfaire nos consommateurs et de toujours trouver les meilleures solutions, adaptées au plus grand nombre. Toutefois, rester à la pointe de la technologie n'a de sens, que si cela permet d'avoir un réel impact dans les gestes et réflexes du quotidien de millions d'hommes, de femmes et d'enfants. Cela passe notamment par deux engagements essentiels dans nos valeurs : l'éducation et l'environnement.

S'il fallait retenir deux dates clés de notre success story, 1896 et 2019 seraient les plus emblématiques. La première marque une étape majeure en matière d'hygiène bucco-dentaire avec l'apparition du premier tube de dentifrice pliable. Sans doute, William Colgate aurait-il eu un sourire de satisfaction, s'il avait

pu assister au lancement de cette invention. La seconde s'inscrit dans les problématiques environnementales de notre XXI^e siècle. La planète dont les ressources s'épuisent est à bout de souffle. La globalisation est passée par là. De ce monde connecté et relié, nous voulons dessiner un monde meilleur. Ainsi l'écologie s'impose dans les consciences de chaque citoyen. Pour préserver la planète des déchets plastiques, nous apportons notre contribution avec la mise au point du premier tube recyclable Colgate "Smile for good".

Fabriqué en polyéthylène à haute densité (PEHD) - un plastique déjà largement recyclé et utilisé pour fabriquer, entre autres des bouteilles de lait et des sacs de courses - ce modèle unique est révolutionnaire car entièrement recyclable.

En outre, ses ingrédients sont à 99,7% d'origine naturelle. D'ailleurs, toujours sous le signe de l'ouverture, nous avons pris l'initiative, de partager gratuitement ce brevet avec nos concurrents, afin de multiplier et accélérer l'utilisation de tubes recyclables. Conforme aux valeurs et aux objectifs de développement durable de l'entreprise, cette décision s'inscrit dans notre souhait de soutenir les objectifs de développement durable des Nations Unies et l'engagement mondial de la New Plastics Economy de la Fondation Ellen Macarthur, dont la mission est d'accélérer la transition vers une économie circulaire.

Autre engagement fort, celui de notre campagne "Save the water" incitant à fermer les robinets d'eau pendant le brossage des dents. Si agir ensemble dans le combat environnemental est essentiel, cela passe par une transformation de nos codes de la consommation qui, aujourd'hui, s'inversent pour aller vers plus de frugalité et d'éthique. Construire un monde durable est ancrée dans notre ADN.

Quand sourire rime avec avenir...

*Quel plus beau signe
d'ouverture que celui
d'un sourire ?
C'est ce même sourire
dont nous avons fait
notre logo et notre icône
car en 2021, ce sourire
devient plus que jamais
porteur de sens dans
notre communication.
Oui, le sourire est notre
meilleur allié.
C'est pourquoi, notre
mission est d'encourager
chacun à sourire et à
devenir le héros de sa vie.
Depuis des décennies,
nous avons pour credo :
**"Tout le monde mérite
un avenir qui peut
le faire sourire"**.*

C'est pourquoi, nous démultiplions engagements et actions par des campagnes de sensibilisation en matière d'hygiène et de santé bucco-dentaire. **Nous avons à cœur de nous impliquer dans des programmes d'éducation pour accompagner les parents et les enfants et cela passe par l'apprentissage des gestes et réflexes à acquérir au quotidien.** En partenariat avec l'UFSBD (Union française pour la santé bucco-dentaire), nous avons ainsi élaboré **"Sourire éclatant, avenir brillant"**, en leur mettant à disposition des livrets et des kits pédagogiques.

En outre, depuis plus de 20 ans, 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. C'est en nouant des partenariats avec des pays, des gouvernements et des communautés, que nous avons réussi à sensibiliser plus d'un milliard d'enfants et leurs familles, dans 80 pays. Nous leur offrons des examens dentaires gratuits ainsi que des formations sur la santé bucco-dentaire.

Et si l'on osait sourire ?

Grâce aux avancées et aux progrès technologiques, nos sociétés ne cessent d'évoluer, à l'image de notre entreprise qui a su s'adapter et prendre des virages ; se transformer et s'engager.

Aujourd'hui, fidèles à notre ADN et à nos valeurs de RSE, nous sommes convaincus que chacun, individuellement, peut encore faire avancer les choses. Face à notre époque globalisée, aux tensions toujours à l'œuvre et au pessimisme résistant, nous considérons que notre mission est de contribuer à encourager l'optimisme. Nous, collaborateurs de Colgate, nous sommes prêts à relever ce défi. Et peut-être que vous aussi, vous aurez envie de suivre le chemin de cette dynamique. Pour y parvenir, quel est notre meilleur joker ? Le sourire.

L'homme est un animal social. Et si le rire est le propre de notre espèce, le sourire est une expression corporelle aussi puissante qu'une parole. Affectueux, complice, charmeur, discret, espiègle, ironique, malicieux, moqueur, séducteur, vainqueur, le sourire est multiple. Il est avant tout la preuve manifeste d'une écoute et d'une attention à l'égard de l'autre. C'est parce qu'il peut être un moteur dans l'adversité, que le sourire est une clé, une porte d'entrée pour aborder l'autre. Ensemble et dans tous les domaines de notre existence, faisons preuve de résilience et agissons avec optimisme.

**Osons
sourire
à la vie !**



La carte de l'optimisme...

Pour vous accompagner dans cette prise de conscience et transformation, nous avons pris le parti d'une campagne publicitaire que nous pouvons qualifier de citoyenne, voire d'humaniste. Déclinée autour de trois spots, celle-ci montre en quoi un sourire "courageux" est une force pour combattre les préjugés et l'adversité du monde.

À la manière d'un mouvement social fondé sur la valeur de l'optimisme, nous avons l'ambition d'insuffler cette vague d'optimisme à l'échelle de la planète entière. D'abord, au niveau local, régional puis international, nous allons déployer nos actions et diffuser nos messages en nous appuyant par le relais des médias, d'influenceurs et d'ambassadeurs. Ainsi nous donnons carte blanche à nos équipes, dans chaque pays où nous sommes présents, pour décliner et prendre l'initiative d'actions favorisant l'optimisme par des partenariats avec des associations...

En Belgique, tout naturellement nous nous sommes rapprochés de **"La Ligue des Optimistes du Royaume de Belgique"**. Nos collaborateurs bénéficieront de masters class dispensées par des coaches, experts en optimisme, avec des évaluations pour

mesurer leurs progrès. Et pour le grand public, nous avons prévu un dispositif complet qui permettra à chacun de s'informer et se former à l'optimisme, comme s'il s'agissait d'une discipline à part entière. Car **l'optimisme s'acquiert et se développe**. De façon vertueuse, il se diffuse et peut faire avancer les choses. En point d'orgue de cette palette d'événements et d'animations, **nous nous sommes associés à la journée mondiale du sourire du 4 octobre, que l'on doit à l'artiste américain Harvey Ball à l'origine du célèbre smiley face.**

Oui, il nous faut encore et toujours innover et inventer, parce que chez Colgate, nous écrivons une histoire en mouvement. Mais plus encore, il nous faut apporter à cette planète et à toutes les générations présentes et futures, les moyens de construire un monde meilleur. **Accompagner chacun de nos collaborateurs et de nos consommateurs à adopter un "sourire courageux"** est le défi que nous sommes fiers de relever ensemble, et avec chacun de vous. Jeunes et moins jeunes, sans distinction de génération, dans chaque geste du quotidien, dans chaque rencontre, en toute circonstances, **nous pouvons lancer un élan planétaire d'optimisme.**

**Plus on sourira,
plus on sera d'optimistes.**

**Qui
aime
sourire,
nous
suiwe...**

La Ligue des Optimistes du Royaume de Belgique



Une entreprise animée par des valeurs positives est capable de changer fondamentalement la société et le monde. L'ancien dirigeant de Shell, Arie de Geus, l'a décrit de façon fantastique dans «The Living Enterprise», avec le sous-titre «About living and learning in a turbulent environment». En 2021 ? Non, il y a 17 ans ! Le titre donne un résumé concis : Vivre et apprendre même en période de turbulences.

Les entreprises qui existent depuis longtemps ont des qualités particulières. La plupart des entreprises cessent d'exister au cours des dix premières années de leur existence. Mais si une entreprise existe depuis plus de 200 ans, elle peut faire la différence car elle a la capacité de toucher un grand nombre de personnes qui lui ont fait confiance. Une entreprise qui touche 62 % des ménages dans le monde peut vraiment faire la différence lorsqu'elle s'engage à ... sourire courageusement.

C'est pourquoi, en tant que mouvement Optimiste international, nous sommes très enthousiastes

à l'égard de l'initiative de Colgate-Palmolive et nous la soutenons pleinement. Créée à Bruxelles en 2005 par l'avocat Luc Simonet, la culture du mouvement Optimiste donne un sens à nos expériences et nous aide donc à rester constructifs à court et à long terme et à agir avec courage là où nous pouvons apporter des changements.

En tant qu'êtres humains, nous sommes un être biologique qui crée de la culture, nous avons les deux en nous : l'avertisseur prudent (ou craintif) et le créateur courageux qui transforme la peur en résilience.

Pourquoi est-il si important pour les

entreprises d'être conscientes de ce pouvoir positif de création de sens et d'alimentation de la résilience ? Parce que grâce à leur réseau de confiance, ils ont beaucoup d'influence qu'ils peuvent utiliser pour le bien. Grâce à leurs produits et services fiables, les gens peuvent échanger leur «suspçon» naturel et travailler ensemble pour créer des solutions. Un certain degré de suspicion n'est pas le contraire de la confiance. De même, une dose de pessimisme aide à être observateur tant que cela ne devient pas du cynisme. Un autre mot pour pessimiste pourrait être «un avertisseur opportun» qui, par la prudence, peut en fait nourrir l'optimisme afin qu'il ne devienne pas naïf, car c'est du passé.

Si une entreprise est assez courageuse pour encourager tous ses employés à travers le monde - pour commencer - à être eux-mêmes plus constructifs dans le monde, indépendamment de toutes les turbulences, et pour leur apporter tout le soutien dont ils ont besoin pour y parvenir, alors je leur accorde mon plus grand respect.

Il est rafraîchissant et encourageant de voir une entreprise adopter cet état d'esprit constructif comme une continuation naturelle de sa propre

histoire et comme une contribution à chaque individu à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise, donc au monde. Non seulement en paroles mais surtout en actions qui conduisent à une utilisation durable des matériaux, à l'éducation des enfants et des jeunes et à l'attention portée à la santé, à l'hygiène et à la prévention. Nous avons besoin de la détermination des personnes qui font face aux problèmes du monde et font tout ce qu'elles peuvent pour contribuer aux solutions. Pas d'optimistes avec une histoire mais avec des actions pour changer ce qui ne fonctionne plus à notre époque.

Quel meilleur moment pour renforcer l'attention portée à cette question qu'un moment de l'histoire du monde où nous avons fait l'expérience de notre vulnérabilité et de notre interconnexion par le biais du COVID-19.

Grâce à une direction visionnaire et à toutes les personnes de Colgate-Palmolive qui commencent à ressentir plus consciemment leur sourire intérieur et qui donnent plus généreusement aux personnes qu'elles ont rencontrées, je soutiens de tout cœur la campagne Courageous Smile.

Katharina Müllen, épidémiologiste et anthropologue culturelle, présidente honoraire de l'Union des Optimistes du Royaume de Belgique.

Colgate[®]

