

« Yves Rocher, se réinventer chaque jour »

Depuis près de 50 ans, Yves Rocher accompagne la vie des femmes en mettant toutes les richesses de la nature au service de leur beauté.

Précurseur, Yves Rocher a inventé la cosmétique végétale et a su la rendre accessible à toutes.

En 2007, 3 millions de femmes font confiance à Yves Rocher témoignant ainsi de leur attachement à une marque toujours plus proche de leurs aspirations.

Car Yves Rocher aime les femmes et les comprend. La marque porte sur elles un regard tendre, complice et souvent admiratif...

La vie des femmes évolue et Yves Rocher a su capter ce nouveau rapport que les femmes ont avec le Temps. Aujourd'hui, elles ont plus de 50 ans de beauté à vivre. Chaque jour, chaque âge est l'occasion pour une femme de renouveler son apparence, son style, de cultiver le sentiment que sa beauté est sans cesse réveillée. Loin des stéréotypes, les femmes veulent se découvrir et être elles-mêmes, belles et bien dans leurs peaux. Libérées de bien des préjugés, elles découvrent que le temps n'est pas un ennemi et que la beauté peut durer toute la vie.

Allié naturel de toutes les femmes et de toutes les beautés, Yves Rocher se propose de les aider à « se réinventer chaque jour ».

Combative et sincère, Yves Rocher souhaite partager avec ses clientes 4 préceptes de son manifeste « Liberté, Egalité, Beauté », reflets d'une marque fidèle depuis toujours à ses engagements envers la nature et les femmes.

1- « La joie de vivre est un produit de beauté »

- **Bientôt 50 ans de défis ! (Rappel historique YR)**

En 1959, un homme, Yves Rocher, choisit le parti des femmes et de la nature...

Pour Yves Rocher, chaque femme est unique et a le droit à la beauté ! Une beauté libre, naturelle, accessible et sans modèle imposé. **Précurseur**, Yves Rocher a pressenti et démontré que la nature était une merveilleuse source d'efficacité et une source de plaisir qu'il a su mettre à la portée de toutes.

La marque Yves Rocher est née de cet acte militant et ambitieux d'un homme de conviction, prêt à relever tous les défis pour le bien-être de toutes les femmes.

- **Le triptyque « Femme-Beauté-Nature », tout le génie créatif d'Yves Rocher !**

A l'aube des années 60, Yves Rocher bouscule l'univers de la beauté en imaginant un triptyque parfait : « Femme-Beauté-Nature », un concept inédit qu'il pressent comme une des clés de la recherche en cosmétique.

Amoureux de la nature et des femmes, Yves Rocher décide alors d'apporter les bienfaits de l'une pour le bien-être des autres. Une révolution !

Le temps lui donnera raison ! Comme toutes les grandes idées, elle fera son chemin et connaîtra un succès mondial dans l'univers de la beauté et dans bien d'autres domaines...

- **Les nouvelles exigences des femmes**

Yves Rocher aime les femmes et cette histoire d'amour dure depuis 50 ans. Le secret de cette tendre relation ? Un regard unique, celui du fondateur de la marque, posé sur les femmes et leur beauté. Cette **complicité** particulière est plus que jamais au cœur des ambitions de la marque. Elle est basée sur un **regard juste et contemporain** qui accompagne chaque femme tout au long de sa vie et dans tous les moments de beauté.

Ce que veulent les femmes ? **Un regard différent et personnalisé**. Elles veulent que l'on prenne en compte leur beauté loin de tout diktat, leurs modes de vie, leurs engagements mais aussi leur envie de **se faire plaisir en toute sécurité**.

La vie des femmes est une grande aventure ! L'espace d'une même journée, elles peuvent **vivre plusieurs vies et tellement d'émotions**. Femmes actives, mamans, épouses, amies... elles savent aussi être surprenantes, drôles, responsables et tendres. Elles peuvent être tout cela à la fois !

C'est pourquoi, Yves Rocher est toujours à leurs côtés. La marque les accompagne et les invite à la **renaissance** pour qu'elles puissent **se réinventer chaque jour** ... en toute beauté !

- **La beauté et le temps, une douce alchimie de 7 à 77 ans**

« La beauté n'a pas d'âge ! » Yves Rocher le clame haut et fort et propose à chaque femme de **rester vraie**, d'être elle-même quel que soit son âge. Pour Yves Rocher, **la beauté est empreinte de bien-être et peut durer toute la vie**.

Adolescente, trentenaire, grand-mère... chaque âge (*ou période de la vie*) est l'occasion pour une femme de renouveler son apparence, son style, de cultiver le sentiment que sa beauté est sans cesse réveillée. Cela bouleverse son rapport à la Beauté et à la Nature et par là même ses attentes envers la cosmétiques. Yves Rocher démontre que le temps n'est pas l'ennemi de la beauté et qu'il est possible de s'en faire un allié.

- **Le réseau de vente**

30 millions de femmes à travers le monde font confiance à Yves Rocher !

Première marque mondiale de cosmétique et leader de la vente de parfum dans le monde, Yves Rocher est présent dans 80 pays.

Etre moderne, c'est savoir se rendre accessible ! Yves Rocher a fait de la **proximité** avec les clientes une priorité. Sa force, une capacité unique à être en contact quotidiennement avec ses clientes pour les accompagner dans l'expression personnelle de leur beauté grâce à :

-**son modèle multi canal** qui comprend la **VPC** (plus de 26 millions de colis sont distribués chaque année dans le monde), **1600 centres de beauté** Yves Rocher (dont 600 en France) et **internet** (avec plus de 1.5 millions de visiteurs par mois sur le site de la marque www.yves-rocher.com).

-**une équipe de 7 600 salariés** qui partage chaque jour le challenge d'une marque militant pour un monde plus vert et ... plus ouvert sur toutes les beautés de ce monde !

-**L'expertise en cosmétique végétale d'Yves Rocher** dans la cosmétique végétale garantissant les soins les plus pointus, à des coûts très **accessibles**. Depuis toujours Yves Rocher apporte la preuve que l'efficacité d'une crème doit se voir sur le visage, pas dans son prix.

- **Yves Rocher, par de là les frontières**

Yves Rocher bénéficie d'un fort développement dans les pays de l'est (Pologne, Tchéquie) et en particulier en Russie où, en 15 ans, la marque a ouvert 150 magasins. Depuis 5 ans,

les femmes russes ont également accès à la vente par correspondance qui leur permet d'utiliser encore plus facilement les produits Yves Rocher pour prendre soin de **leur beauté...tout naturellement.**

De nouveaux pays émergent également comme la Thaïlande et la Corée. Signe que la marque a su convaincre de **l'efficacité et du plaisir** que procurent l'ensemble de ses produits. Yves Rocher peut être fière de partager avec sa clientèle des valeurs universelles.

- **Le sens du service**

Parce que chaque femme est unique, Yves Rocher s'engage à offrir à ses clientes conseils beauté et services sur mesure. Elles ont ainsi accès à toute l'expertise de la marque, toujours prête à les écouter et à les accompagner dans leur découverte de la cosmétique végétale.

Les femmes adorent être dorlotées... c'est pourquoi Yves Rocher noue avec chaque cliente une relation différente et personnalisée.

- ✓ *Le Livre Vert de ma beauté : une approche spécifique de la cosmétique*

Le célèbre Livre Vert de la Beauté, créé en 1965, deviendra **Le Livre Vert de ma beauté** dès 2008. Il est traduit dans plus de **20 langues** dont une version en braille éditée depuis 2003 en partenariat avec l'association Handicapzéro.

Ce guide est devenu LA référence en matière de beauté au quotidien de toutes les générations de femmes. Actualité de la marque, nouveautés mais aussi astuces pour mieux choisir ses produits de beauté... Le Livre Vert de ma Beauté est une mine d'infos pour toutes celles qui veulent choisir leurs produits de manière « éclairée ».

- ✓ *Le call center*

Chez Yves Rocher, on a à cœur de répondre à toutes les questions des clientes. C'est la mission du Call center. Des conseillères beauté Yves Rocher sont toujours à l'écoute, prêtes à aider chaque cliente dans sa recherche. Que ce soit pour trouver des idées cadeaux, recevoir des conseils personnalisés ou tout simplement faire part de remarques : un seul numéro le : xx xx xx xx * et des réponses sur mesure !

**0,34 € la minute depuis un poste fixe. Du lundi au samedi de 8H à 21H0*

- **les Centres et Instituts de beauté Yves Rocher**

1969, Le premier centre de beauté Yves Rocher ouvre ses portes à Paris. Son succès est immédiat et trouve son écho dans toute la France pour atteindre aujourd'hui plus de 1600 centres et Instituts de beauté dans le monde.

Le Centre de beauté allie un espace de vente de produits et des cabines de soins esthétiques. Conseils et diagnostic de peau personnalisés, chèques cadeaux et échantillons, carte de fidélité, soins en Institut.... Tout est fait pour que chaque cliente se sente unique et dorlotée.

L'Heure Végétale®, c'est un moment de beauté et de sérénité dédié à chaque femme.

Plongée dans une « bulle végétale », le temps suspend son vol. Place à la détente entre des mains expertes et généreuses des esthéticiennes Yves Rocher. Leur savoir-faire dispense plaisir et relaxation extrêmes. L'heure est à l'abandon et à l'écoute de soi...

2- « La science peut beaucoup mais pas tout »

La société actuelle valorise l'apparence physique poussée par des sur-promesses cosmétiques qui flirtent parfois avec la chirurgie esthétique. **En 2006, 86% des femmes s'accordaient à dire qu'aujourd'hui les marques de produits de soins du visage mettent en avant des promesses scientifiques pas toujours crédibles.***

Seulement 6% d'entre elles admettaient ne pas hésiter à recourir à la chirurgie esthétique pour prendre soin d'elles.

C'est pour cela qu'Yves Rocher a choisi depuis toujours de s'adresser aux femmes qui ont choisi la naturalité. Parce qu'une femme ne devrait pas avoir besoin de se trahir pour être belle. Yves Rocher connaît les limites de la science et préfère une beauté naturelle à une beauté obsessionnelle.

- **La recherche Yves Rocher : une cosmétologie végétale active**

« Utiliser et préserver l'infini potentiel du monde végétal, source ultime d'efficacité, de sécurité et de plaisir » telle est la philosophie (*le crédo ?*) d'Yves Rocher depuis près de 50 ans. C'est aussi la mission des **200 chercheurs** qui travaillent chaque jour dans les laboratoires de Recherche et Développement de la marque pour aboutir à des innovations fécondes. Ainsi, plus de **50 familles de brevets** Yves Rocher ont été déposées depuis 1959 parmi lesquels des actifs révolutionnaires comme les Hormones végétales TM ou l'ADN végétal natif TM.

La cosmétique végétale est au cœur de la démarche d'Yves Rocher qui peut revendiquer aujourd'hui plus de **1 100 ingrédients d'origine végétale** répertoriés dans ses gammes de produits. La marque a d'ailleurs créé (*détient ?*) la plus grande banque d'échantillons végétaux du monde.

Yves Rocher rend ainsi la nature source de performance et d'innovations cosmétiques apportant des réponses adaptées à chacune des attentes des femmes.

Yves Rocher est convaincu que les progrès de la science vont continuer à révéler les potentialités du monde végétal en matière d'actifs cosmétiques performants.

• L'accompagnement de la beauté éco-conception

Fabricant et distributeur de produits de beauté dont il maîtrise l'ensemble du cycle de vie (de la matière première aux produits en magasin ou au domicile de la cliente), Yves Rocher met un point d'honneur à réduire l'empreinte de son activité sur l'environnement. C'est l'éco-conception. Chacune des étapes du cycle de vie d'un produit est l'occasion de réduire son impact sur l'environnement.

(Illustration par le graphique du bilan éco-citoyen p 3)

L'exemple parfait ...

Inositol® Végétal, dernier né de la recherche en cosmétique végétale active d'Yves Rocher, est sans doute le parfait exemple de la démarche rigoureuse d'éco-conception de la marque.

De sa conception à son utilisation, Inositol® Végétal respecte une charte d'éco-conception rigoureuse.

- *Filière du riz contrôlée pour une parfaite maîtrise de la traçabilité de l'actif végétal.*
- *Fabrication des formules réalisées au sein de sites industriels triplement certifiés Qualité/Environnement/Sécurité.*
- *Packagings éco-conçus sans emballages inutiles, cartons issus de forêts gérées, éléments plastiques mono-matériau, recharges.*
- *Geste vert écrit sur chaque produit, incitant à faire entrer, au quotidien, l'écologie dans la salle de bain.*

3- « Ne jamais oublier ce que nous devons à la nature »

- **Maîtrise impact écologique (usines, charte plantes, agriculture bio, emballage et transport)**

Chez Yves Rocher, depuis le début, tout est fait dans le respect ...

Respect des femmes dans leurs différences afin de les accompagner au quotidien.

Respect de la nature, de ses principes actifs et de sa biodiversité.

- ***Une démarche éco-citoyenne sans cesse améliorée !***

Cette façon d'être et d'envisager le monde est la quintessence de la marque. Yves Rocher en a fait son combat de tous les instants. Toute l'entreprise a adopté une véritable démarche éco-citoyenne.

- ***Une charte plantes pour référent***

La défense du monde végétal est une des missions clés d'Yves Rocher.

Pas question de puiser sans fin et sans limite dans la nature pour augmenter la production de cosmétiques. La marque s'est pourvu d'une **charte plantes** qui guide l'ensemble des actions de l'entreprise et de ses fournisseurs en faveur du monde végétal, quels que soit les produits :

- interdiction d'utiliser les ingrédients végétaux génétiquement modifiés
- développement actifs de filières plantes issues de l'agriculture biologique
- utilisation de plantes cultivées et des parties renouvelables de la plante pour veiller à préserver les ressources du monde végétal.

- ***Agir pour la qualité de l'air***

Chez Yves Rocher, concevoir naturellement des cosmétiques ne se réduit pas à la formulation des produits. Yves Rocher va jusqu'au bout de sa démarche. Ce qui veut dire : **mieux emballer, mieux fabriquer et mieux transporter pour réduire les émissions de CO2, réduire la quantité de déchets et éviter les pollutions en tout genre.**

*-Pour participer activement à la lutte contre le réchauffement climatique, Yves Rocher s'engage, avec l'association **ActionCarbone** de Yann Arthus Bertrand, à rendre son bilan carbone neutre (= zéro CO2 émis).*

-La marque a mis au point une grille éco-conception qui liste toutes les règles à respecter pour optimiser les emballages au regard de l'environnement (retrait progressif des notices de papier, des emballages recyclables, etc.).

- **Changer d'habitudes pour changer d'air**

Le shopping engagé, tout le monde est POUR. Encore faut-il donner les moyens aux clientes de participer...

Pour dire NON au tout jetable, les magasins Yves Rocher proposent depuis avril 2006 un sac shopping réutilisable. Pratique et écologique, le principe est de l'avoir toujours avec soi, prêt à l'emploi...pour un maximum de services et un minimum de déchets. Avec Yves Rocher, c'est plus facile de penser « vert » !

- **Un bilan éco-citoyen mis à la disposition de toutes les clientes**

Le bilan éco-citoyen 2007, édité sous la forme d'un magazine de poche, est mis à la disposition de toutes les femmes soucieuses de l'environnement. Cette initiative est unique dans l'univers de la cosmétologie.

Le bilan répond, sous formes d'actions et de prises de position, à chaque femme qui s'interroge sur **ce qu'elle veut pour sa peau, sur ce qu'elle achète, sur sa façon de consommer ou sur son propre engagement éco-citoyen.**

Elle peut ainsi choisir ses produits de beauté en toute connaissance de cause. C'est la preuve de l'engagement sans faille d'Yves Rocher et de son désir de transparence à tous les niveaux. Le bilan éco-citoyen, c'est la preuve par les actes !

- **Les engagements**

Toute la recherche Yves Rocher est animée par un regard éthique et des engagements afin de veiller au respect de la Nature et des Hommes.

L'objectif ? Maîtriser l'impact écologique de son activité, à chaque étape de la vie du produit, depuis sa conception jusqu'à son utilisation par les clientes.

- **Aucun animal n'entre dans la composition des produits Yves Rocher.**
Yves Rocher est la première marque en Europe à avoir supprimé dès 1989 les tests de ses produits sur animaux. Autre évidence : la marque refuse catégoriquement toute matière première animale. Si minime soit-elle ! (Yves Rocher s'interdit par exemple de recourir au carmin de cochenille, un pigment provenant de l'acide carminique que produit un petit insecte pour se défendre de ses prédateurs, pourtant couramment utilisé dans l'industrie cosmétique pour la fabrication des fards à paupières).

- **La sécurité de la peau avant tout ! Yves Rocher valide l'innocuité de tous les ingrédients qui entrent dans ses formules.** De plus tous les produits finis font l'objet de tests in vitro dans les laboratoires de la marque, puis in vivo sous contrôle de dermatologues au Centre d'Etude et de Recherche en Cosmétologie (CERCO).
- **Les produits Yves Rocher contiennent en moyenne 80% d'ingrédients naturels ou végétaux.**
- **La marque cultive elle-même des fleurs sous haute protection biologique**
- **La nature est fragile, Yves Rocher veille chaque jour à la protéger**
- **Pour limiter la consommation de plastique, Yves Rocher propose des sacs réutilisables**
- **Emballer autrement.** Présenter, contenir, protéger, expliquer, servir, garantir la sécurité, la conception des emballages prend en compte toutes leurs fonctions tout en respectant l'environnement.
 - *Utiliser, chaque fois que c'est possible, des emballages plastiques mono-matériau (flacon, bouchon, étiquette du même matériau).*
 - *Alléger les flacons pour économiser les matières premières*
 - *Supprimer progressivement le PVC*
 - *Ecarter le lest en plomb dans les packagings des rouges à lèvres.*
- **Pour limiter la déforestation, les emballages Yves Rocher sont issus de forêts gérées.**
- **Une nouvelle charte pour les emballages.** Pour faciliter l'identification des composants au sein de la formule d'un produit et, toujours dans une recherche constante de transparence, Yves Rocher a décidé dès septembre 2007 d'indiquer sur chaque emballage produit :
 - *la liste des « composants végétaux »,*
 - *l'absence de composants animaux (sauf le miel et la cire d'abeille)*
 - *les atouts verts, c'est-à-dire l'amélioration de la qualité environnementale du produit tout au long de son cycle de vie.*

✓ *La Gacilly, le passé et le futur d'Yves Rocher*

C'est en Bretagne, dans son village natal de la Gacilly, qu'Yves Rocher fabrique en 1956, une pommade à base de ficaire dont une guérisseuse lui aurait confié la recette. Dès 1959, il

lance et vend par correspondance depuis la Gacilly, ses premiers produits de beauté à base de plantes signés Yves Rocher.

Parcours initiatique... au cœur du végétal

Berceau de la marque, la Gacilly est aussi le reflet des valeurs de nature et de beauté d'Yves Rocher. Pour mieux les découvrir et les partager, Yves Rocher a ouvert les portes de son village. L'espace d'une visite, chacun peut découvrir 3 lieux emblématiques de l'histoire d'Yves Rocher, de son savoir-faire et de sa passion pour la nature :

- La découverte du **Végétarium**, premier musée en Europe consacré au monde végétal, né en 1998 de la collaboration entre le Muséum National d'Histoire Naturelle et Yves Rocher.

- **Le jardin botanique**, riche de plus de 1000 espèces végétales

- **Les sites industriels** où l'on découvre les secrets de l'élaboration des produits de beauté Yves Rocher.

Fière de ses racines bretonnes et résolument tournée vers l'avenir, Yves Rocher souhaite faire de La Gacilly **un éco-pôle** de développement en 2007 avec l'ouverture prochaine d'un éco-hôtel spa pour unir et célébrer bien-être du corps et santé de la planète.

✓ Le Festival Photo Nature & Paysage

Yves Rocher est partenaire de la 4^{ème} édition du Festival Photo Nature & Paysage, le plus grand festival plein-air en France qui a lieu chaque année de juin à septembre à la Gacilly. Cette manifestation sensibilise le public à la beauté mais aussi aux menaces qui pèsent sur la planète. En 2006, le festival avait pour thème « l'eau vive, source de renaissance, mais aussi l'eau bafouée, meurtrie ». Cette année encore, Jacques Rocher exposé de grands noms de la photographie (Sebastiao Salgado, Pierre de Vallombreuse, Hans Silveseter, Sophie Zenon et d'autres encore) sur le thème « Patrimoine Terre ». Chaque photo exposée sur les murs, sur les places du village portent en elles des notions d'engagements, de respect et de protection de la nature et des peuples. Un grand moment d'émotions qu'Yves Rocher souhaite faire partager au plus grand nombre.

4- « La beauté est un acte »

- **Agir en faveur d'une région, la Bretagne**

« Sauver la Gacilly », telle a été sans doute la première grande cause défendue par Yves Rocher et qui fut à l'origine de la création de la marque. Dans les années 50, Monsieur Yves Rocher, fondateur de la marque, décide de créer de l'emploi dans son village natal, La Gacilly, pour arrêter le mouvement d'exode rural qui frappe alors la Bretagne.

Devenue internationale au fil des années, la marque n'en reste pas moins profondément attachée à ses racines bretonnes. 90% des produits Yves Rocher sont fabriqués dans la région, contribuant ainsi à y créer directement ou indirectement plus de 10 000 emplois sur 5 sites de production et de logistique.

Les sites de production

L'essentiel des productions a lieu dans ses 3 usines bretonnes : à Rieux pour le maquillage, à Plöermel pour le parfum et à la Gacilly pour les produits d'hygiène et une partie des produits de soin. Ces trois usines produisent pour le monde entier y compris pour le marché asiatique. Il existe deux autres usines dans le monde, à Cork en Irlande pour les produits de soin du visage et au Mexique pour le marché américain.

La Gacilly est aussi le théâtre de la préparation des commandes de toute l'Europe de l'Ouest et la plateforme logistique internationale et 44 hectares de champs de fleurs en agriculture biologique.

Entreprise familiale et indépendante, Yves Rocher prouve par la même que l'on peut connaître une véritable success story (ou réussite exceptionnelle) tout en préservant ses racines et en privilégiant les relations humaines et de proximité.

- **Agir en proposant des produits révolutionnaires**

Encadré produit (en attente des infos). Exemple :

-Le plus écolo...

-le plus vendu dans le monde ...

- **Agir sur tous les fronts grâce à la Fondation Yves Rocher-Institut de France**

Depuis près d'un demi-siècle, Yves Rocher s'engage concrètement et durablement en matière de protection de l'environnement. Et les combats en faveur d'un monde plus vert ne manquent pas !

Grâce à sa Fondation, créée en 1991 et placée sous l'égide de l'Institut de France depuis 2001, Yves Rocher défend la Nature et les peuples. Présidée par Jacques Rocher, la Fondation soutient activement les opérations de protection et de valorisation du monde végétal. Chaque fois qu'elle peut éveiller les consciences sur les dangers qu'encourt la planète, la Fondation répond « présent » !

- **Le trophée « Terre de femmes » récompense des femmes de conviction.**
Depuis six ans, la Fondation Yves Rocher-Institut de France décerne le Trophée « Terre de Femmes » qui distingue des femmes **œuvrant pour un « monde plus vert »**. Engagées au sein d'associations, les lauréates mènent des actions visant à préserver l'environnement et à transmettre leur passion de la nature. Grâce à leurs initiatives solidaires et généreuses, elles contribuent au mieux-être de la collectivité.

Chaque année, le Trophée Terre de Femmes est remis par la Fondation Yves Rocher-Institut de France, le 8 mars, à l'occasion de la Journée Internationale de la Femme.

- **Les fêtes de la nature** ont pour but de sensibiliser les enfants aux bons gestes pour protéger leur planète.
- **Le prix Terra Ficara** encourage les scientifiques qui focalisent leurs recherches sur le monde végétal.
- **En 2007**, Yves Rocher s'est engagé aux côtés du PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement) pour planter un million d'arbres sur 3 ans, dans le cadre de la campagne « **Plantons pour la planète** », afin de relever le défi du changement climatique.

Chaque année, de nouveaux projets sont ainsi mis en œuvres attestant du dynamisme à toute épreuve de la Fondation Yves Rocher-Institut de France qui œuvre partout dans le monde en faveur de l'environnement.

- **Agir pour la démocratisation de la beauté au travers d'un Manifeste « Liberté, Egalité, Beauté »...**

« Liberté, Egalité, Fraternité » la devise bien connue de la république française est revisitée par Yves Rocher au travers de son Manifeste de la beauté, véritable prise de parole engagée et militante qui s'ouvre par un message dans lequel chaque femme peut se reconnaître « **Liberté, Egalité, Beauté** ». Lancé le 14 juillet 2007, date symbolique du début de la Révolution, ce manifeste est une manière de saluer l'optimisme volontaire des femmes en s'appuyant sur l'une des valeurs historique de la marque : la démocratisation de la

beauté. Ce manifeste propose une rupture avec les clichés de l'univers de la cosmétique. Et offre une vision décomplexée de la beauté et un nouveau regard sur la nature.

(visuel de la campagne)