



LA ROSÉE

PARIS

LA ROSÉE QU'EST-CE QUE C'EST ?

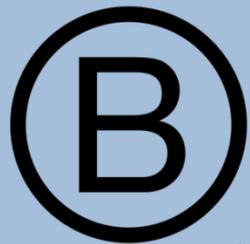


LA ROSÉE
PARIS



- Marque **française** de **cosmétiques naturels**
- Se distingue par son **engagement écologique et éthique**
- Propose des produits sains, sans ingrédients controversés, et adopte une démarche d'éco-conception

Certified



Corporation

La Rosée est labellisée **B Corp**.
Ce label témoigne de la **volonté** d'être une entreprise **responsable et engagée**.

LEURS ENJEUX RSE

- Réduction des emballages plastiques avec des éco-recharges
- Obtention du label B Corp en 2024, garantissant un haut niveau de performance sociétale et environnementale
- Transparence et sensibilisation du public aux pratiques responsables
- Intégration de l'éco-socio-conception pour minimiser l'impact environnemental et favoriser un modèle circulaire

La Rosée sustainability rating



Overall rating: It's a start



Our ratings are based on a scale from 1 (We avoid) to 5 (Great) [How we rate](#) ↗



LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

NATURELLE
ENGAGÉE
MINIMALISTE



TYPES D' ACTIONS DE COMMUNICATION

- Campagnes sur les éco-recharges et la réduction du plastique
- Forte présence numérique (Réseaux sociaux, site web) avec des contenus pédagogiques
- Collaborations avec des pharmacies et parapharmacies pour promouvoir ses engagements
- Positionnement marketing axé sur l'innovation responsable

LES ATTENTES DES PUBLICS VISÉS

LES PUBLICS CIBLES

- Consommateurs sensibles à l'écologie
- Jeunes adultes engagés
- Consommateurs en transition écologique
- Professionnels de la santé et pharmaciens
- Acteurs du développement durable



LES CONSOMMATEURS & LES JEUNES ADULTES ENGAGÉS



Recherche de produits sains, efficaces, respectueux de leur peau, de l'environnement, avec des compositions claires sans substances nocives

Attente de preuves de l'engagement de la marque



Attente de marques actrices du changement avec des valeurs de durabilité et de responsabilité

Recherche de marques avec des démarches éthiques et transparente

LES PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ ET PHARMACIENS



Soucieux des compositions saines mais aussi durables avec une bonne traçabilité

Souhaite proposer des produits de qualité à leurs clients

LES ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



Recherche de partenaires alignés aux objectifs de développement durable (ODD), avec un engagement concret

OBJECTIFS DE COMMUNICATION REponsable

- Renforcer la pédagogie autour de l'éco-conception et de l'impact environnemental
- Accroître la visibilité du label B Corp
- Sensibiliser à l'importance des choix responsables dans la cosmétique
- Ancrer la marque dans une communication de responsabilité sociétale tout en évitant le greenwashing



AXES DE COMMUNICATION RESPONSABLE



- Transparence et preuve d'engagement via des certifications reconnues (Bcorp)
- Mise en avant des actions concrètes de réduction de l'empreinte carbone (RA annuel)
- Campagnes participatives pour impliquer les consommateurs (Eco-colis)
- Favoriser une consommation plus vertueuse via des programmes de recyclage et de sensibilisation (Produits rechargeables)

100 %

**de nos produits sont
fabriqués en France**

MOYENS DE COMMUNICATION RESPONSABLES

PRINT



- Utilisation de procédés d'impression responsables (papier recyclé, encre végétale, ...)
- Favorisation de supports réutilisables (chevalets, ...)

PARTENARIATS



- Avec des influenceurs engagés dans l'écologie (Gaelle Garcia Diaz, Colineblf, Mangoandsalt, ...)

NUMÉRIQUE



- Utilisation modérée, uniquement axée sur l'aspect responsable et pédagogique

COMMUNICATION INTERNE



- Favoriser les échanges oraux, limiter les échanges digitaux (visio, mails, ...)
- Utiliser des fournitures de bureau responsables

CONTENUS À PRODUIRE

Partenariat avec les influenceurs, livraison de produits :

- Livraison à vélo pour un mode de déplacement plus vert (déjà en place pour les livraisons dans les pharmacies)
- Eco-colis, avec un emballage de seconde main
- Offre de produits rechargeables uniquement



CONTENUS À PRODUIRE

Réalisation d'un guide :

- Chiffres clés
- Preuve de leur engagement avec la valorisation du label B Corp
- Mise en avant des produits els plus responsables
- Diffusé en ligne, et imprimé de façon eco-reponsable

100% MADE IN FRANCE

Plus de **95 %** de nos dépenses ont été effectuées auprès des fournisseurs basés en France

84 personnes travaillent pour La Rosée

Notre stratégie locale a permis de générer **149 emplois indirects** chez nos fournisseurs partenaires



ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE

100% des produits **éco-concus** (Packs recyclés, biosourcés, rechargeables, formats solides, absence de suremballages)

1/4 des produits **100% origine naturelle**

45% des colis livrés dans un **carton de seconde main**

PHARMACIES

Une **expérimentation** lancée en juin 2023 et déployée depuis dans **6 pharmacies** à travers la France

15 best-sellers sont proposés dont l'Huile de douche lavante, le Gel lavant Mon Petit La Rosée et la Gelée micellaire

Un **flacon en verre** commun à toutes les marques proposées en vrac dans ces pharmacies

Économies pour le consommateur par rapport aux produits classiques en rayon

Livraison des pharmacies à **vélo** par des salariés en insertion professionnelle



ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

- 18% de produits rechargeables
- 57 tonnes de plastique vierge économisées
- 173 tonnes de carton économisés
- 200000 litres d'eau économisés grâce aux formats solides
- Gamme capillaire : -78% de plastique
- 116 tonnes de CO2 évitées en équipant les voitures des commerciaux de boîtiers bioéthanol
- 100% de l'électricité utilisée dans les bureaux est issue de ressources renouvelables

ENGAGEMENT ASSOCIATIF

Aucun test sur les animaux

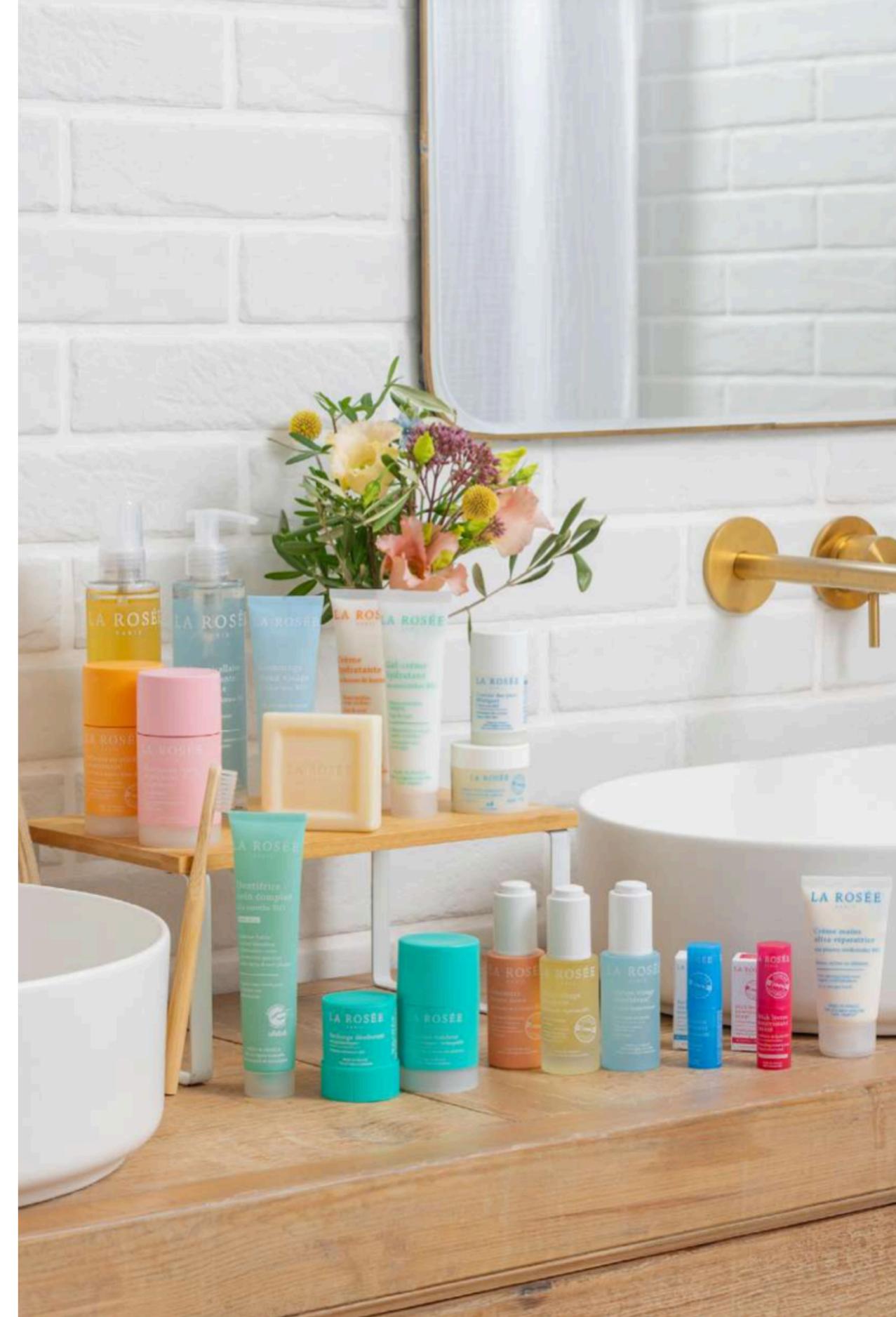
190 000€ ont été versés aux **associations** en 2023

Objectifs 2025 et 2026

- **33%** de nos références rechargeables
- Tester la **consigne** comme solution de réemploi
- Mise en place d'une **charte des achats responsables**
- Faire signer notre **charte RSE à 100 % de nos fournisseurs**

ÉVALUATION DES ACTIONS

- Mesure de l'engagement des consommateurs sur les réseaux sociaux
- Analyse des ventes de produits à impact réduit
- Enquêtes de satisfaction sur la perception des initiatives RSE
- Audit d'impact basé sur des indicateurs de durabilité et de conformité aux standards RSE





La Rosée

MERCI

