

L'ORÉAL

#JOINTHEREFILLMOVEMENT: L'ORÉAL INVITA I CONSUMATORI DI TUTTO IL MONDO ATTRAVERSO LA SUA PIÙ GRANDE CAMPAGNA DI SEMPRE PER LA BELLEZZA RICARICABILE

- **L'Oréal lancia la terza e più ambiziosa edizione di #JoinTheRefillMovement:** la sua più grande campagna aziendale di sostenibilità di sempre, che unisce 4 divisioni, 18 marchi e 28 prodotti, molti dei quali aderiscono per la prima volta.
- **La campagna abbraccia i settori della cura della pelle, dei profumi, del trucco e della cura dei capelli:** ed è stata ideata per colmare il divario tra l'intenzione e l'azione dell'84% dei consumatori che dichiarano di voler fare scelte più sostenibili.
- **Le ricariche sono una parte dell'ambizione più ampia di L'Oréal in materia di sostenibilità degli imballaggi:** resa possibile direttamente dal programma L'AcceleratOR del Gruppo da 100 milioni di euro, che prevede investimenti nello sviluppo su larga scala di materiali di imballaggio di nuova generazione.

Clichy, 15 giugno 2026 – L'Oréal Groupe, azienda leader mondiale nel settore della bellezza, lancia la terza e più ambiziosa edizione della sua campagna globale #JoinTheRefillMovement. Coinvolgendo 4 divisioni, 18 marchi e 28 prodotti, si tratta della campagna di sostenibilità aziendale più completa nella storia del Gruppo, a conferma che la bellezza ricaricabile non è più una scelta di nicchia, ma la scelta ovvia.

La campagna 2026 si basa sul successo degli anni precedenti, ma va oltre: un numero maggiore di marchi si attiva sui social media e collabora in modo sempre più stretto con i rivenditori per garantire che le opzioni di ricarica siano visibili e facilmente accessibili sia nei negozi fisici che online.

La richiesta dei consumatori di soluzioni di bellezza sostenibili non è mai stata così chiara. Secondo un recente sondaggio internazionale di KANTAR, l'84% dei consumatori desidera fare scelte più sostenibili. Tuttavia, la consapevolezza riguardo alle ricariche e il divario tra intenzione e azione rimangono delle sfide che questa campagna affronta direttamente: promuovendo la scoperta dei prodotti, assicurando sulla praticità e le prestazioni e mettendo in evidenza il vantaggio in termini di prezzo.

La campagna 2026 riflette la convinzione di L'Oréal che la bellezza ricaricabile debba essere universale, disponibile a ogni fascia di prezzo, in ogni reparto cosmetico e in tutte e quattro le sue divisioni:

- **La divisione Luxe** si espande a 10 marchi, con Youth to the People e Helena Rubinstein che entrano a far parte del movimento per la prima volta, insieme a nuovi prodotti di punta tra cui YSL MYSLF, Prada Paradigme e Lancôme Génifique .
- **La divisione Consumer Products** dà il benvenuto a Garnier, che entra a far parte della campagna #JoinTheRefillMovement con le ricariche per due collezioni Ultra Dolce.
- **La divisione Professional Products** si espande a livello globale con Redken e L'Oréal Professionnel , includendo Metal DX per il mercato cinese.
- **La divisione Dermatological Beauty** riunisce La Roche-Posay, Vichy e CeraVe per offrire, per la prima volta, soluzioni ricaricabili per la cura dermatologica della pelle.

Ogni prodotto della campagna ha una sua specifica finalità, offrendo ai consumatori una misura precisa dell'impatto della loro scelta fin dalla prima ricarica. Ad esempio, acquistare una ricarica di Lancôme Absolue Longevity Soft Cream invece di ricomprare il vasetto standard contribuisce a ridurre del 100% il vetro, del 95% il metallo, del 42% la plastica e del 36% il cartone. Si tratta di riduzioni immediate e misurabili, non solo di proiezioni o impegni.

"Quella che è nata come un'iniziativa pionieristica si è trasformata in una delle nostre campagne più incisive e di vasta portata", ha dichiarato Blanca Juti , Chief Corporate Affairs & Engagement Officer di L'Oréal . "Con 18 marchi e 28 prodotti, dimostriamo che la bellezza ricaricabile è per tutti, in ogni categoria, fascia di prezzo e canale. Aiutiamo i consumatori a compiere un semplice cambiamento: scegliere la ricarica. Non come un sacrificio, ma come l'opzione migliore. Minore impatto sul pianeta, maggiore convenienza per il portafoglio."

"In qualità di leader globale nel settore della bellezza, la nostra responsabilità è quella di trasformare le soluzioni circolari in una realtà industriale a livello mondiale ", ha dichiarato Ezgi Barcenas, Chief Corporate Responsibility Officer di

L'Oréal . "Rendere le ricariche la nuova normalità richiede un'evoluzione fondamentale lungo tutta la nostra catena del valore, dalla catena di approvvigionamento alla progettazione del prodotto, dalle partnership con i rivenditori al coinvolgimento dei consumatori. Insieme al nostro L'AcceleratOR programme, identifichiamo, sperimentiamo e scaliamo continuamente le tecnologie innovative che definiranno i materiali e i sistemi di imballaggio di prossima generazione."

La campagna è ulteriormente supportata dagli investimenti di L'Oréal nella produzione di ricariche, tra cui impianti dedicati a Gauchy e Aulnay per le fragranze, Burgos per la cura dei capelli e Vichy per la cura della pelle. Di conseguenza, il numero di opzioni ricaricabili offerte dal Gruppo è aumentato di 3,7 volte tra il 2019 e il 2025. A ciò si aggiunge il programma L'AcceleratOR del Gruppo, che supporta startup e innovatori che esplorano soluzioni di imballaggio di nuova generazione, tra cui imballaggi a base di alghe, bioplastiche derivate dalla canna da zucchero e bottiglie di carta riciclabile.

La cosmesi ricaricabile è un movimento. E nel 2026, questo invito è aperto a tutti. **#JoinTheRefillMovement**.

[SCARICA #JOINTHEREFILLMOVEMENT VISUAL 2026](#)

Informazioni su L'Oréal

Da oltre 115 anni, L'Oréal, leader mondiale nel settore della bellezza, si dedica a un unico obiettivo: realizzare le aspirazioni di bellezza dei consumatori di tutto il mondo. Il nostro scopo, creare una bellezza che commuova il mondo, definisce il nostro approccio alla bellezza come essenziale, inclusivo, etico, generoso e impegnato nella sostenibilità sociale e ambientale. Con il nostro ampio portfolio di 40 marchi internazionali e gli ambiziosi impegni di sostenibilità del programma L'Oréal for the Future, offriamo a ogni persona nel mondo il meglio in termini di qualità, efficacia, sicurezza, sincerità e responsabilità, celebrando la bellezza nella sua infinita pluralità.

Con oltre 95.000 dipendenti impegnati, una presenza geografica equilibrata e vendite in tutte le reti distributive (e-commerce, grande distribuzione, grandi magazzini, farmacie, profumerie, parrucchieri, negozi monomarca e travel retail), nel 2025 il Gruppo ha generato un fatturato di 44,05 miliardi di euro. Con 22 centri di ricerca in 8 hub regionali in tutto il mondo e un team dedicato alla Ricerca e Innovazione composto da oltre 4.000 scienziati e più di 8.000 talenti nel settore Digital, Tech e Data, L'Oréal si concentra sull'invenzione del futuro della bellezza e sul diventare un polo di eccellenza nel settore Beauty Tech.

Nel 2025, L'Oréal è stata nominata l'azienda più innovativa d'Europa dalla rivista Fortune, su una classifica di 300 aziende, in un indice che abbraccia 21 paesi e 16 settori europei.

Maggiori informazioni su <https://www.loreal.com/en/mediaroom>

"Il presente comunicato stampa non costituisce un'offerta di vendita né una sollecitazione all'acquisto di azioni L'Oréal. Per ottenere informazioni più complete su L'Oréal, si prega di consultare i documenti pubblici depositati in Francia presso l'Autorité des Marchés Financiers, disponibili anche in inglese sul nostro sito web www.loreal-finance.com.

Il presente comunicato stampa può contenere informazioni previsionali. Sebbene la Società ritenga che tali dichiarazioni si basino su ipotesi ragionevoli alla data di pubblicazione del presente comunicato stampa, esse sono per loro natura soggette a rischi e incertezze che potrebbero comportare una discrepanza tra i dati effettivi e quelli indicati o suggeriti in tali dichiarazioni.

CONTATTI

L'ORÉAL ITALIA

Maria Amendolagine

maria.amendolagine@loreal.com

Cell. + 39 335 5913375

Giovanna di Bacco

Giovanna.dibacco@loreal.com

Cell. +39 3491315124

Ufficio stampa Be Media

loreal@bemedi.it

Alberto Murer

Cell. +39 334 6086216

a.murer@bemedi.it

Per ulteriori informazioni, si prega di contattare la propria banca, il proprio agente di borsa o istituto finanziario (codice ISIN: FR000012031) e di consultare i quotidiani o le riviste abituali, il sito Internet per azionisti e investitori, www.loreal-finance.com, l'app L'Oréal Finance o di chiamare il numero verde dalla Francia: 0 800 66 66 66.

Seguitemi su LinkedIn [@L'Oréal](#)

Seguitemi su Instagram [@lorealgroupe](#)

www.loreal.com