

Avec son initiative « 10% pour des projets à impact » Rituals s'engage à reverser 20 millions d'euros à des causes qui œuvrent en faveur du bien-être mental des jeunes.

Si la sensibilisation reste essentielle, Rituals est convaincue que les marques peuvent aider des programmes de bien-être efficaces et toucher davantage de jeunes.

- Dans le cadre de son initiative « 10% pour des projets à impact », Rituals prévoit d'allouer 20 millions d'euros entre 2026 et 2028 à des programmes dédiés au bien-être mental des jeunes.
- Selon l'UNICEF et l'OMS, la santé mentale des jeunes est devenue l'un des défis majeurs auxquels fait face la prochaine génération.
- À travers la Coalition mondiale de l'UNICEF pour la santé mentale des jeunes, Rituals s'associe à d'autres membres, dont Spotify, Sony, lululemon et la Z Zurich Foundation, afin d'aider des programmes efficaces à toucher davantage de jeunes.
- Cet investissement soutiendra des programmes fondés sur des données probantes, axés sur la résilience, le lien social et le bien-être émotionnel.
- Raymond Cloosterman, fondateur et CEO de Rituals, appelle les marques à mettre leur portée et leur influence au service d'un meilleur accès aux dispositifs de soutien existants.



Amsterdam, le 8 octobre 2026 : Rituals, marque iconique de bien-être, s'engage à consacrer 20 millions d'euros entre 2026 et 2028 à des programmes en faveur du bien-être mental des jeunes, dans le cadre de son initiative « 10% pour des projets à impact ». La marque appelle à une mobilisation accrue pour déployer à grande échelle des solutions destinées aux jeunes.

Alors que le bien-être mental des jeunes subit une pression croissante, Rituals estime que le véritable enjeu n'est plus le manque de sensibilisation. Partout en Europe, gouvernements, établissements scolaires, professionnels de santé et organisations à but non lucratif ont déployé des efforts considérables pour mieux comprendre la situation et développer des interventions efficaces.

Comme l'explique Raymond Cloosterman, fondateur et CEO de Rituals : *« Le défi n'est plus de savoir ce qui fonctionne. Il consiste désormais à déployer à grande échelle des solutions éprouvées pour toucher davantage de jeunes. »*

Selon l'Organisation mondiale de la Santé, un adolescent sur sept présente un trouble de santé mentale. Dans le même temps, de nombreux programmes dont l'efficacité est démontrée pour renforcer la résilience, le sentiment d'appartenance et le bien-être émotionnel peinent à atteindre les millions de jeunes qui pourraient en bénéficier. Rituals est convaincue que les marques peuvent apporter une contribution significative à cet égard. Si les marques ne peuvent remplacer les professionnels de la santé mentale, les établissements scolaires ou les institutions publiques, elles disposent de leviers que peu d'organisations peuvent égaler : un contact quotidien avec des millions de personnes, une influence culturelle et la capacité de rendre des sujets essentiels visibles, pertinents et concrets.

Raymond Cloosterman, fondateur et CEO de Rituals, déclare : *« De nombreuses organisations proposent déjà aux jeunes les outils, l'accompagnement et l'expertise dont ils ont besoin pour développer leur résilience, leurs liens avec les autres et leur bien-être émotionnel. Aujourd'hui, le défi consiste à permettre à ces approches éprouvées de toucher davantage de jeunes. Nous sommes convaincus que les marques peuvent contribuer à en élargir l'accès en mettant leur portée et leur*

influence au service de partenaires dotés d'une expertise approfondie. À travers le programme 10% pour des projets à impact, nous espérons contribuer à cet effort collectif. »

L'engagement de premier plan de Rituals au sein de la Coalition mondiale de l'UNICEF pour la santé mentale des jeunes en est une illustration. Cette coalition réunit de grandes organisations telles que Spotify, Sony Group Corporation, lululemon, la Z Zurich Foundation et d'autres partenaires mobilisés pour améliorer la santé mentale des jeunes dans le monde. Dans ce cadre, Rituals apporte des financements, de la visibilité et sa capacité de mobilisation afin d'accélérer le déploiement de solutions à l'impact démontré.

Esther Polhuijs, Head of Advocacy and Programs chez UNICEF Pays-Bas, déclare : *« Nous savons très bien ce qui favorise la santé mentale des jeunes. Nous savons, par exemple, que le lien social est un puissant facteur de protection de leur bien-être mental. Le défi n'est donc plus de développer de nouvelles solutions, mais de veiller à ce que les approches éprouvées atteignent les jeunes à grande échelle. Des partenariats qui partagent notre ambition et nous aident à étendre cette portée peuvent véritablement permettre à davantage de jeunes d'accéder au soutien dont ils ont besoin. »*

En octobre, Rituals soutiendra *Turn Down the Noise*, une nouvelle campagne développée dans le cadre de la Coalition mondiale de l'UNICEF pour la santé mentale des jeunes et co-crée avec la génération Z, pour la génération Z. Cette campagne vise à aider les jeunes à dépasser les pressions sociales et les obstacles qui peuvent entraver la création de liens humains authentiques.

Cet engagement s'inscrit également dans la continuité des programmes déjà soutenus par Rituals, notamment Super Chill, qui s'appuie sur des exercices ludiques pour le corps et l'esprit afin d'aider les enfants à reconnaître leurs émotions et à développer des moyens concrets d'y répondre. Avec le soutien de Rituals, le programme a déjà touché plus de 250 000 enfants aux Pays-Bas, en Allemagne, au Royaume-Uni et en France.

Au-delà des programmes individuels, Rituals espère que cet engagement contribuera à faire évoluer plus largement la manière dont les marques envisagent le bien-être mental. L'entreprise

estime que l'impact social ne doit pas être dissocié de l'activité, mais faire pleinement partie de la façon dont les marques créent de la valeur pour les individus et la société. Avec 10% pour des projets à impact, Rituals souhaite démontrer que profit et impact peuvent se renforcer mutuellement.

Pour Rituals, le bien-être mental des jeunes constitue le nouveau chapitre de cette ambition. La marque investit dans des approches éprouvées et évolutives qui aident les jeunes à acquérir les outils, les compétences et le soutien nécessaires pour s'épanouir. Plus largement, Rituals est convaincue que les marques peuvent mettre leur envergure et leur influence au service du lien social, de la résilience et du sentiment d'appartenance de la prochaine génération.

Cet engagement s'inscrit dans l'ambition à long terme de Rituals : contribuer au bien-être au-delà de ses produits et services. Dans le cadre de son initiative 10% pour des projets à impact, l'entreprise reverse 10 % de son bénéfice net annuel à des causes qui œuvrent pour le bien-être de la planète et de ses habitants. Cette initiative devrait représenter une contribution de 300 à 400 millions d'euros au cours de la prochaine décennie.

END

À propos de Rituals

Rituals Cosmetics est une marque dédiée au bien-être personnel et durable. Pionnière dans son approche holistique, associant des essentiels bien-être pour le corps, le bain et la maison afin de transformer les routines du quotidien en moments riches de sens, chaque collection s'inspire d'une tradition ancestrale. Elles invitent ainsi à trouver le bonheur dans les petites choses de la vie.

La marque est aujourd'hui présente dans 36 pays, dans des villes dynamiques telles que Londres, Paris et Hong Kong, avec plus de 1500 boutiques, 4176 points de vente chez des partenaires comme les parfumeries et les grands magasins, ainsi que 5 spas dans le monde.

Rituals a inauguré le Mind Oasis à Amsterdam en 2021, un havre de paix dédié à la relaxation mentale, au sein de son flagship la House of Rituals. En 2023, ce concept innovant s'est déployé

à travers l'Europe, notamment à Anvers, Barcelone, Francfort et Paris, dans le cadre d'une boutique éphémère.

Entreprise certifiée B Corp™, Rituals est engagée dans une démarche de progrès en faveur d'un bien-être durable. Parmi les initiatives de la marque pour poursuivre son développement tout en continuant d'améliorer son impact social et environnemental figurent : une offre de qualité formulée avec plus de 90 % d'ingrédients d'origine naturelle, des emballages rechargeables et fabriqués à partir de matériaux recyclables et/ou recyclés. Par ailleurs, Rituals soutient activement trois associations caritatives. Pour en savoir plus sur nos engagements en matière de durabilité, consultez notre [rapport de durabilité](#).

Relations presse

Contact

pr@rituals.com

Lien vers cette page

<https://www.rituals.com/newsroom/fr-FR/272697-avec-son-initiative-10-pour-des-projets-a-impact-rituals-s-engage-a-reverser-20-millions-d-euros-a-des-causes-qui-oeuvrent-en-faveur-d/>