

**NOUVEAU**

# SUIVRE LE COURS DU PÉTROLE

**Pétrole  
Hahn**

1 8 8 5

**BIO**





# DE 1885...

On a parfois coutume de dire qu'en France, « on n'a pas de pétrole mais on a des idées » et quel dommage d'opposer les deux car il est aussi possible d'avoir du pétrole ET des idées ! L'exemple parfait en la matière : Charles Hahn. Pharmacien, il imagine en 1885 un produit capillaire dont la formule (un peu de pétrole, de l'alcool et des essences aromatiques) ferait sans doute aujourd'hui trembler les adeptes de *clean beauty*. Autre époque, autres mœurs, et rappelons à toutes fins utiles que, de tous temps, le pétrole a pu être conseillé pour soulager des affections de la peau, apaiser des maux de dents... Mais il n'avait jamais été utilisé pour prendre soin des cheveux jusqu'à ce que Charles Hahn en ait l'idée. **Une inspiration qui, selon la légende, lui serait venue suite à une visite en Géorgie où il aurait constaté les magnifiques chevelures des ouvriers travaillant sur les champs de pétrole.** Il imagine alors cette lotion qui, avant de porter son nom, était simplement proposée dans son officine sous le nom de « Pétrole pour les cheveux ».

Un produit dont on pourrait imaginer qu'il rebuterait le grand public par son odeur d'essence mais cela n'a nullement été le cas puisque Charles Hahn avait eu la judicieuse idée de désodoriser son produit afin que seules ne s'expriment les

notes rafraîchissantes de Citron, d'Orange et de Bergamote. Une fragrance caractéristique qui deviendra rapidement la signature de cette lotion culte. **Le souci du parfum évacué, un autre problème se présente à l'apothicaire : sa création est composée tout à la fois de corps gras et de corps aqueux qui, soumis aux innégociables lois de la physique, se séparent à l'intérieur du flacon.** Sans le savoir, Charles Hahn avait inventé l'un des premiers produits biphasés de l'Histoire, expliquant à ses clients qu'il leur faudrait secouer vigoureusement la bouteille en verre pour faire se rencontrer les deux phases. Un rituel que les hommes s'approprièrent le plus naturellement du monde, et de plus en plus nombreux.

L'histoire se poursuit alors à Lyon où Charles Hahn rencontre, en 1892, François Vibert. Herboriste et droguiste, l'homme est toujours à l'affût de produits efficaces et novateurs à proposer à une clientèle pour qui le soin des cheveux (des hommes mais aussi ceux des femmes qui les portent alors presque toutes longs, les coupes courtes n'étant alors pas encore la norme) revêt une importance toute particulière. **Charles Hahn souhaite faire découvrir sa lotion miraculeuse au plus grand nombre, François Vibert a les moyens de lui donner une plus grande exposition : les deux hommes concluent alors un accord permettant au français de commercialiser la lotion. Il s'engage alors à en vendre 6 000 flacons (un chiffre énorme pour l'époque) pour que Charles Hahn accepte de lui en dévoiler la recette jusqu'alors tenue secrète.**

En 1896, François Vibert suggère de rebaptiser la lotion « Pétrole Hahn pour les cheveux » en l'honneur de son créateur (le nom, jugé un peu trop long deviendra rapidement Pétrole Hahn). Pour faire connaître ce produit bien au-delà de son seul cercle d'initiés, Vibert activera de nombreuses campagnes publicitaires, misant aussi bien sur des insertions dans les journaux les plus en vue de l'époque que sur de l'affichage urbain. À Lyon d'abord, puis à Paris dès 1900 avec une affiche de plus de 3 mètres qui marquera les esprits. Le succès est grandissant... et attire les convoitises ! ▶



De nombreuses autres lotions fleurissent sur le marché à l'instar de Pétrofloris ou de vulgaires copies où Pétrole Hahn devient par exemple Pétrole An. **En 1901, l'objectif des 6 000 flacons est rempli et, comme il s'y était engagé, Charles Hahn dévoile donc le secret de fabrication de sa lotion qui n'aura alors plus de mystère pour François Vibert.** Désormais propriétaire de ce produit au succès sans cesse grandissant, Vibert décide de consacrer toute son énergie à son déploiement. En 1911 et alors que l'entreprise connaît une impressionnante croissance, Robert Laurent-Vibert, le fils adoptif de François Vibert intègre à son tour l'entreprise familiale pour épauler son père adoptif, qui décèdera brusquement un an plus tard.

**S'il accompagnera la dynamique enclenchée par son père d'adoption, le nouveau propriétaire a aussi à cœur d'offrir à ses salariés, qu'il considère alors comme sa famille, des avantages pour le moins avant-gardistes pour l'époque.** Il alloue ainsi à ses 80 employés, et avec une quinzaine d'années d'avance sur l'État, des congés payés. Suivront ensuite un système permettant aux femmes d'être indemnisées de l'absence liée à leur grossesse puis à leur accouchement, ainsi qu'un système de protection sociale et d'allocations familiales pour les ouvriers ayant des enfants à charge. Il va même encore plus loin en mettant en place un système d'intéressement permettant à chacun de profiter du succès toujours grandissant de la lotion, alors déjà culte. Une politique qui restera en vigueur bien après le décès de l'apprécié patron dans un accident de voiture en 1925.

À cette époque, la société tout entière est en pleine mutation. Alors qu'elles arboraient majoritairement les cheveux longs, les femmes sont de plus en plus nombreuses à adopter la coupe à la garçonne. Une révolution pour Pétrole Hahn qui se présentait jusqu'alors comme l'allié indispensable des longues chevelures en parfaite santé. **Qu'à cela ne tienne, la marque module alors son discours : la lotion devient ainsi « l'ami inséparable des cheveux courts » en précisant même qu' « avec les cheveux courts, plus de**

**supercherie possible puisque cette nouvelle mode révèle sans dissimulation la richesse ou la pauvreté des cheveux ».** Tout cela est d'ailleurs visuellement traduit dans les campagnes de publicité, toujours aussi nombreuses, où les brosses et miroirs à l'ancienne laissent peu à peu place aux ciseaux et aux peignes. Pour les hommes, Pétrole Hahn axe son discours sur l'efficacité contre les pellicules mais aussi les signes précurseurs des calvities précoces, des arguments qui font forcément mouche.

La France devient trop petite pour ce produit qui ne cesse de s'exporter. En 1961, Pétrole Hahn s'aventure en tout dans plus de soixante pays à travers le monde. **Certains d'entre eux taxent les produits à base d'alcool ?** Qu'à cela ne tienne, les laboratoires de la Maison Vibert expédient alors la partie verte et active du produit seule, afin que puisse se faire sur place et au dernier moment l'adjonction d'alcool ! Une véritable *success story* qu'entretient aujourd'hui le groupe Eugène Perma (familial et français, dans la droite ligne de la belle histoire Pétrole Hahn), propriétaire de la marque depuis 1998. ■

Un flacon de Pétrole Hahn, **retrouvé dans l'épave du Titanic,** est exposé en vitrine au musée de la Marine à Paris.

Durant la guerre 39 - 45, la production de Pétrole Hahn sera interrompue durant 3 ans, **une période durant laquelle les employés ont continué à recevoir leur rémunération.**







# ...À 2020

C'est sans doute parce que Pétrole Hahn n'a jamais cherché à être à la mode que la marque n'a jamais été démodée. Sa force à bien y réfléchir, c'est d'avoir su, au fil de ces nombreuses décennies, répondre avec sincérité aux attentes des hommes. **Toujours sans surpromesse et en mettant simplement à leur disposition des soins capillaires de grande qualité tout en s'appuyant sur l'infini pouvoir de la nature.** Transmis de génération en génération, les produits Pétrole Hahn apparaissent à bien y réfléchir comme les témoins privilégiés de la manière dont la masculinité a évolué depuis le 19<sup>ème</sup> siècle. Un héritage précieux qui fait plus que jamais sens aujourd'hui, dans une époque troublée où l'on cherche à renouer avec les valeurs cardinales que sont la bienveillance et l'authenticité.

## LES HOMMES CHANGENT, PAS LEURS CHEVEUX.

Authentique, voici d'ailleurs l'adjectif qui correspond le mieux à l'homme de 2020. **Ne se reconnaissant nullement dans l'injonction à se sculpter un corps parfait à laquelle il est lui aussi exposé depuis que les réseaux sociaux ont pris place dans sa vie, il n'ambitionne rien d'autre que d'être lui-même, simplement épanoui, bien dans sa peau.** Ces dernières années l'ont conduit

à s'interroger sur son rapport à la masculinité, l'occasion de se délester enfin du poids de la virilité caricaturale telle qu'on pouvait la concevoir il y a peu de temps encore.

L'homme viril cachant ses doutes et ses failles, le chef de famille taiseux, le carriériste à qui tout réussit... laissent place à un panel de nuances bien plus intéressant. Il peut être Sébastien Chabal s'il le veut. Il peut être Bilal Hassani si ça lui chante. Dans tous les cas, il aura quoi qu'il arrive besoin d'un partenaire de confiance à qui confier ses cheveux, et Pétrole Hahn sera toujours là pour lui. Comme un ami fidèle avec qui on traverse une vie sans même s'en apercevoir. **Comme une évidence, quelque chose de si naturel qu'il n'amène aucune question.**

9  
shampoings  
vendus  
par minute

À propos de naturalité d'ailleurs, Pétrole Hahn se réjouit de voir que les hommes semblent résolus à prendre leur part dans l'émergence d'un monde plus responsable. Un futur plus juste et plus conscient dans lequel leurs enfants pourront à leur tour s'épanouir. Elle entend bien les accompagner, en sa qualité de marque leader du rayon capillaire homme en GSM\*, dans leur volonté de se tourner vers des soins toujours plus naturels, mais sans compromis sur l'efficacité. **Un exercice dans lequel Pétrole Hahn se révèle plus légitime qu'aucune autre marque, elle qui puise ses racines dans la puissance des plantes et des huiles essentielles.**

À l'heure où la société semble parfois souhaiter gommer la notion de genre, Pétrole Hahn affirme pour sa part son intacte volonté de répondre aux désirs et besoins si spécifiques des hommes. De les accompagner pour qu'ils se reconnectent à l'essentiel et se sentent sereins. Comme elle le faisait hier. Comme elle le fera demain. ■



# LA 1<sup>ÈRE</sup> GAMME BIO PÉTROLE HAHN

On l'a vu, si Pétrole Hahn a su à ce point traverser les décennies, c'est que la marque a toujours su capter l'air du temps pour répondre au plus près aux attentes de ses consommateurs. Si elle a longtemps été mixte, force est de constater que ce sont aujourd'hui les hommes qui l'affectionnent plus particulièrement. Des hommes qui souhaitent comme tout à chacun se tourner vers des produits plus naturels, et qui ont bien peu de choix en la matière lorsqu'il est question des produits qu'ils utilisent pour prendre soin de leurs cheveux. **Ils se réjouiront alors à coup sûr en découvrant que Pétrole Hahn fait souffler un grand vent de naturalité au rayon capillaires des GMS à travers sa toute première gamme bio.** Des produits efficaces aux formules simples qui laissent les cheveux frais et en pleine santé.

Constituée de 3 références permettant de répondre à la majeure partie des problématiques capillaires rencontrées par les hommes, ces shampoings se distinguent par leur formule vegan garantie sans ingrédients d'origine animale. **Ils sont fabriqués à Reims, une conception made in France gage de qualité à laquelle tient tout particulièrement le groupe Eugène Perma qui s'engage depuis de nombreuses années déjà, sur son site de production, dans une démarche environnementale vertueuse (gestion optimale de l'eau, de l'électricité, des déchets...).** C'est d'ailleurs en totale cohérence avec cette vision d'une beauté engagée et militante que Pétrole Hahn propose ses 3 shampoings bio dans un flacon lui aussi fabriqué en France et 100% recyclable. ■



## FORTIFIANT

Pour des cheveux fortifiés dès la racine et un cuir chevelu tonifié, Pétrole Hahn a imaginé **ce shampooing certifié bio intégrant à sa recette deux ingrédients à l'efficacité reconnue : le Ginseng et l'Aloe Vera. Un combo idéal pour des cheveux sains, brillants et faciles à coiffer.** Sa texture transparente (ce shampooing, comme tous ceux de cette nouvelle gamme bio, s'affranchit de tous colorants) et son parfum 100% d'origine naturelle font de chaque lavage un véritable moment de plaisir.

**Nouveau** Shampooing Fortifiant  
Pétrole Hahn - Flacon 250ml, 4€49\*

## RE-DENSIFIANT

Et si c'était la fin des cheveux fins ?! C'est en tout cas l'enthousiasmante perspective offerte par ce nouveau shampooing re-densifiant qui fera le bonheur des hommes aux cheveux clairsemés et ayant tendance à s'affiner. Pour eux, **Pétrole Hahn a imaginé cette recette s'appuyant sur le pouvoir du Chêne et du Thé Vert pour redonner de l'épaisseur et de la résistance aux cheveux.** Renforcés, ces derniers apparaissent en pleine santé.

**Nouveau** Shampooing Re-Densifiant  
Pétrole Hahn - Flacon 250ml, 4€49\*



## ANTI PELLICULAIRE

Si quelque chose n'a pas changé depuis la naissance de Pétrole Hahn en 1885, c'est bien l'aversion qu'ont les hommes pour leurs pellicules. **Pour s'en débarrasser, on misera désormais sur ce nouveau shampooing enrichi en Tea Tree et Dandrilyls (un agent anti pelliculaire qui permet une alternative d'origine végétale à la pyrithione de zinc) qui laissent les cheveux plus frais, fortifiés et brillants.** Dès la première utilisation, il élimine 100% des pellicules et en prime, il apaise le cuir chevelu et calme les démangeaisons.

**Nouveau** Shampooing Anti Pelliculaire  
Pétrole Hahn - Flacon 250ml, 4€49\*



Pétrole  
Hahn  
1 8 8 5

BIO

MA FORCE  
MA NATURE  
DEPUIS  
1885

  @petrolehahn

Les produits **Pétrole Hahn**  
sont disponibles en GMS