

STMNT Grooming Goods Communiqué de presse du groupe **Henkel Consumer Brands**

Sous embargo jusqu'au 1er octobre 2026

STMNT GROOMING GOODS COLLABORE AVEC L'ARTISTE AMÉRICAIN LOUIS DE GUZMAN POUR L'ÉDITION LIMITÉE ARTISTE STMNT 2026

STMNT, marque de grooming portée par la culture et reconnue pour transformer les rituels du quotidien en véritables déclarations d'identité, annonce le lancement de sa nouvelle Limited Artist Edition, une collaboration mondiale avec l'artiste philippino-américain basé à Chicago, Louis De Guzman.

À la croisée du grooming, de l'art et de la culture, STMNT continue de repousser les limites du traditionnel packaging en créant des lieux d'expression créative et de collaborations à fort impact. Cette édition artiste STMNT 2026 (#STMNTxLOUISDEGUZMAN) marque une nouvelle étape dans cette vision, réunissant deux univers autour d'une conviction commune : l'expression de soi est la déclaration la plus puissante qui soit.

UNE ÉDITION COLLECTOR, PAS QU'UN SIMPLE PRODUIT

Au cœur de ce lancement se trouve une réinterprétation en édition limitée du STMNT All-In-One Cleanser (300 ml), transformé en une véritable pièce de collection grâce au langage visuel signé De Guzman.

Bien plus qu'un simple packaging, ce design élève un essentiel du quotidien au rang d'objet culturel.

Formulé au charbon actif et au menthol, le All-In-One Cleanser offre une sensation de fraîcheur intense pour les cheveux, la barbe, le corps, le visage et les mains, avec le parfum premium STMNT : agrumes frais et lavande, enrichis de notes chaleureuses de fève tonka.

Pour amplifier ce lancement, STMNT élargit cette édition limitée en un écosystème de produits exclusifs et d'objets de collection comprenant :

- Un bandana au design personnalisé
- Un plateau premium
- Une trousse cosmétique
- Une capsule lifestyle et des vêtements en édition limitée

Ensemble, ces éléments transforment le lancement en un véritable moment culturel multi-touchpoints, à la rencontre du produit, de l'art et du lifestyle.

L'ARTISTE : LOUIS DE GUZMAN

Louis De Guzman est un artiste et designer multidisciplinaire primé, reconnu pour sa fusion audacieuse d'abstraction géométrique, de narration visuelle et d'identité culturelle.

Ancrée dans son expérience en tant que Philippino-Américain de seconde génération, son œuvre explore les thèmes de l'héritage, de l'appartenance et de l'évolution personnelle.

« Cette collaboration visait à traduire quelque chose d'interne en un langage visuel partagé. L'idée que la croissance commence de l'intérieur, et que tout changement extérieur nécessite d'abord de débloquer quelque chose en soi.

Je voulais que cette œuvre soit personnelle, tout en restant ouverte pour que chacun puisse y projeter son propre parcours. »
– Louis De Guzman

L'ŒUVRE : UN VOYAGE INTÉRIEUR

Pour cette édition artiste STMNT 2026, De Guzman a créé une œuvre originale centrée sur la croissance personnelle et la découverte de soi.

Au centre de l'œuvre se trouve une lanterne, symbolisant la lumière intérieure que chaque individu porte en soi. Un motif en forme de trou de serrure invite le spectateur à l'introspection : l'encourageant à la réflexion avant de rechercher une validation extérieure. Les fragments géométriques qui l'entourent représentent des identités en évolution, tandis que les couleurs changeantes reflètent le paysage émotionnel de la transformation.

Cette œuvre capture un moment fort : la pause qui précède le changement, le souffle avant le premier pas. Elle nous rappelle que le progrès n'est pas linéaire, et que ce qui nous fait avancer se trouve souvent déjà en nous, attendant d'être libéré.

UNE CONNEXION CRÉATIVE

La collaboration a été initiée par le créateur STMNT Julius Cvesar, dont la relation avec l'artiste a donné naissance au projet.

« Louis ne se contente pas seulement de créer des visuels : il construit des univers. Chaque détail a une intention. Sa collaboration avec STMNT était naturelle, car nous partageons l'envie de créer quelque chose de profond et de significatif. »

— Julius Cvesar, Fondateur STMNT

UNE PHILOSOPHIE PARTAGÉE

La collaboration entre STMNT et Louis De Guzman repose sur une vision commune : utiliser la créativité comme vecteur d'expression authentique. Ensemble, ils vont plus loin que l'esthétique en réunissant l'art et le barbering : deux thèmes qui sont centrés sur la transformation, l'identité et l'expression.

« Chez STMNT, nous avons toujours considéré le grooming comme une forme d'expression de soi. Ces collaborations nous permettent de nous inscrire dans la culture de manière crédible, avec des artistes porteurs de sens. »

— Jonas Schacht, Global Head of Marketing & Business Development

À PROPOS DE LA STMNT ARTIST EDITION

La STMNT Artist Edition est une série de collaborations annuelle invitant des artistes coiffeurs issus de divers horizons à réinterpréter les produits iconiques de la marque. Chaque édition transforme les essentiels du grooming en objets de collection, renforçant la position de STMNT comme marque profondément ancrée dans la culture, en reflétant sa communauté, plutôt qu'elle ne la suit.

This is STMNT. Crafted by creators. Shaped by culture. Made for those who stand for something.* STMNT Grooming Goods et l'édition limitée STMNT Artist est disponible chez nos salons de coiffure partenaires et les plateformes e-commerce sélectionnées dans le monde entier

**Ceci est STMNT. Créé par des créateurs. Façonné par la culture. Fait pour ceux qui défendent quelque chose.*

STMNT ONLINE & DIGITAL

STMNT va au-delà du produit : c'est une marque engagée, portée par l'idée que chacun a quelque chose d'authentique à exprimer et à défendre cela avec conviction.

Découvrez l'univers STMNT sur : [STMNTGROOMING.COM](https://stmntgrooming.com)

Rejoignez la communauté sur Instagram et TikTok @STMNTGROOMING & TikTok and faites votre statement : #STMNTGROOMING #MAKEYOURSTMNT #STMNTXLOUISDEGUZMAN

Christian Duee

Relations Publiques

STMNT Grooming Goods

Phone: +49 151 68010523

Email: christian.duee@henkel.com

À PROPOS DE HENKEL

Avec ses marques, innovations et technologies, Henkel occupe des positions de premier plan sur le marché mondial dans les secteurs industriel et grand public. L'unité commerciale Adhesive Technologies est le leader mondial du marché des adhésifs, des scellants et des revêtements. Avec Consumer Brands, l'entreprise occupe des positions de premier plan, notamment dans la lessive, les soins à domicile et les cheveux dans de nombreux marchés et catégories à travers le monde. Les trois marques les plus fortes de l'entreprise sont Loctite, Persil et Schwarzkopf. Au cours de l'exercice 2024, Henkel a enregistré un chiffre d'affaires de plus de 21,6 milliards d'euros et un bénéfice d'exploitation ajusté d'environ 3,1 milliards d'euros. Les actions privilégiées de Henkel sont cotées dans l'indice boursier allemand

DAX. La durabilité a une longue tradition chez Henkel, et l'entreprise dispose d'une stratégie claire de durabilité avec des objectifs précis. Henkel a été fondée en 1876 et emploie aujourd'hui une équipe diversifiée d'environ 47 000 personnes dans le monde, unies par une forte culture d'entreprise, des valeurs partagées et un objectif commun : « Des pionniers dans l'âme pour le bien des générations. » Plus d'informations à www.henkel.com