Cactus soutient la Fondation Cancer pour une prévention solaire ludique et engagée

Cactus soutient la Fondation Cancer pour une prévention solaire ludique et engagée

Quand les beaux jours reviennent, l'envie de soleil aussi. Mais derrière ses bienfaits, le soleil cache des dangers bien réels, en particulier pour les plus jeunes. Protéger les plus jeunes des dangers du soleil : c'est l'objectif de la Fondation Cancer à travers une campagne nationale de sensibilisation déployée dans les écoles fondamentales depuis 3 ans.

Cette année, Cactus soutient cette campagne en associant une distribution dans tous les tous les magasins de l'enseigne.

Prévenir plutôt que guérir : un engagement au long cours

Depuis de nombreuses années, Cactus s'engage aux côtés de la Fondation Cancer.

En 2025, cet engagement se traduit par une action concrète, visible :

- 10 000 tatouages UV produits et distribués gratuitement
- Une campagne déployée dans tous les magasins Cactus du pays, du 17 au 20 mai 2025
- Un financement de l'opération par Cactus, pour un montant de 15 000 euros

« Ces tatouages temporaires, qui changent de couleur lorsqu'ils sont exposés aux rayons UV, deviennent de véritables gardiens ludiques du soleil. Ils permettent aux enfants et aux parents de prendre conscience, de manière intuitive, de l'intensité du rayonnement et de la nécessité de se protéger », explique Margot Heirendt, directrice de la Fondation Cancer.

Ce dispositif simple en apparence se révèle en réalité un outil pédagogique puissant. En rendant visible ce qui ne l'est pas (les UV), il transforme la prévention en geste concret, sans discours culpabilisant.

Une campagne nationale, ancrée dans la proximité

Pendant quatre jours, dans l'ensemble des magasins Cactus, les tatouages ont été offerts en caisse aux familles, dans la limite des stocks disponibles. Ce geste s'inscrit dans une démarche de proximité : aller à la rencontre des familles, là où elles vivent et font leurs courses.

« Agir pour la santé publique ne se limite pas à afficher des messages. Il faut aller sur le terrain, proposer des outils accessibles et déclencher des prises de conscience durables », affirme Véronique Schmitt, directrice communication, marketing & RSE de Cactus S.A.

« Offrir un tatouage UV, c'est ouvrir la discussion avec ses enfants et pourquoi pas ses amis, c'est prendre conscience à temps. Et parfois, c'est ce petit rappel qui fait toute la différence. »

Cactus inscrit cette initiative dans sa stratégie RSE globale, qui vise à soutenir des projets à fort impact sociétal, en lien direct avec les besoins des clients et des familles.

Un soutien fidèle et porteur de sens

Le lien entre Cactus et la Fondation Cancer ne date pas d'hier. Il repose sur des valeurs partagées de responsabilité, d'information et de solidarité.

L'opération 2025 renforce cette dynamique, en mettant à l'honneur l'éducation à la prévention dès le plus jeune âge, avec une approche à la fois bienveillante et innovante.