



DURABILITÉ EN COSMÉTIQUE

TRANSITION, OBLIGATIONS,
SOLUTIONS

EBOOK 2023

INTRODUCTION	p. 3
LA RÉGLEMENTATION	p. 4
EUROPE	p. 5
Le Green Deal européen et ses impacts sur les produits cosmétiques	p. 6
La stratégie chimique de l'UE et ses impacts sur les cosmétiques (1/2)	p. 12
La stratégie chimique de l'UE et ses impacts sur les cosmétiques (2/2)	p. 18
Stratégie Substances chimiques pour le développement durable : la Commission européenne publie la feuille de route des restrictions	p. 25
Du Green Deal à l'écoconception et à la notation environnementale	p. 27
Écoconception des produits durables : la Commission consulte sur les produits concernés	p. 30
Emballages et déchets d'emballages : la proposition de Règlement de la Commission européenne	p. 32
Les enjeux de la recyclabilité des emballages	p. 35
Révision de la Directive sur le traitement des eaux urbaines : la Commission européenne veut faire payer le secteur cosmétique	p. 39
Le projet de Règlement "Zéro-déforestation" et ses impacts sur la cosmétique	p. 41
Quelles restrictions à prévoir pour les microplastiques ?	p. 43
Un accord international pour lutter contre la pollution plastique... soutenu par l'industrie cosmétique	p. 50
Marquage des lingettes : les nouvelles règles européennes	p. 52
Rectificatif au Règlement 2020/2151 pour le marquage des lingettes	p. 55
Marquage des produits contenant du plastique : les précisions de la Commission	p. 56
Le casse-tête des allégations environnementales	p. 58
Consultation de la Commission européenne sur sa proposition de Directive "Green Claims"	p. 61
L'ICE "Pour des cosmétiques sans cruauté" validée	p. 63
FRANCE	p. 64
La loi AGECE et ses impacts sur les produits cosmétiques	p. 65
Loi AGECE : une difficile mise en application	p. 70
Congrès Parfums & Cosmétiques 2022 : le Q/R de la FEBEA – Volet Loi AGECE et Fiche QCE	p. 72
Congrès Parfums & Cosmétiques 2021 : le Q/R de la FEBEA – Volet Loi AGECE	p. 76
La REP, une obligation légale... valorisable !	p. 81
L'Arrêté "Données des filières REP"	p. 87
Le vrac : nouveau mode de distribution bientôt incontournable	p. 89
Un projet de décret français fixe les conditions pour la vente en vrac des cosmétiques	p. 99
Cosmétique solide : les points de vigilance réglementaires	p. 101
La nouvelle signalétique de l'info-tri	p. 105
La "Stratégie 3R" française adoptée	p. 107
Les emballages plastiques à l'heure des 3R	p. 108

Stratégie 3R : soutien financier de l'État français aux filières	p. 112
Publication du Décret sur les emballages réemployés	p. 114
Publication de l'Arrêté sur les huiles minérales interdites sur les emballages	p. 116
Allégations de neutralité carbone : les décrets sont parus	p. 117
Information sur les caractéristiques environnementales des produits : le Décret est paru	p. 119
Nagoya, en pratique... et en complexité !	p. 121
Allégations environnementales : le nouveau cadre en pratique (1/2)	p. 125
Allégations environnementales : le nouveau cadre en pratique (2/2)	p. 131
Les allégations environnementales à l'International	p. 135
LES LABELS	p. 139
Écolabel européen	p. 140
L'Écolabel européen, plus d'actualité que jamais !	p. 141
Les nouveaux critères de l'Écolabel européen	p. 146
Certification écologique : l'Écolabel européen vs COSMOS	p. 148
COSMOS : nouveau label bio en janvier 2017	p. 154
NaTrue	p. 155
Cosmébio	p. 157
Ecocert Environnement	p. 158
1 % Pour La Planète	p. 159
EthicAdvisor	p. 160
Imprim'Vert	p. 161
FSC	p. 162
PEFC	p. 163
L'UEBT lance son label de certification	p. 164
ERI 360° : un label pour les ingrédients éco-responsables	p. 166
La certification Vegan pour la filière cosmétique	p. 167
Cradle to Cradle : le prochain label indispensable ?	p. 169
LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS	p. 172
15e baromètre ADEME-Greenflex : quand responsable rime avec désirable	p. 173
Consommation responsable : où en sont les Français ?	p. 175
Éco-consommateur, qui es-tu ?	p. 176
Les consommateurs croient-ils à l'engagement durable des marques ?	p. 177
Que pensent les consommateurs de la biodiversité ?	p. 178
La durabilité : une priorité pour les consommateurs	p. 180
Durabilité en cosmétique : les consommateurs en veulent plus	p. 181
L'ère de la beauté "consciente" à l'horizon 2023	p. 182
La vague de la cosmétique sans eau	p. 183
"Clean beauty" : état du marché aux États-Unis	p. 185
État des lieux du marché du vrac en Europe	p. 186
La cosmétique rechargeable séduit les Britanniques	p. 187
La perception des emballages par les Français	p. 188
Recyclabilité d'un emballage : 1er critère environnemental pour les consommateurs	p. 189
Packagings : quelles sont les tendances à venir ?	p. 191
Packagings durables : les Américains disent oui !	p. 192
Recyclage du plastique : quelle est l'attitude des Américains ?	p. 193

LES APPLICATIONS CONCRÈTES DES ACTEURS DE LA FILIÈRE	p. 194
Rapport sur la transition écologique de la filière Parfums et Cosmétiques : "Bien, mais peut mieux faire"	p. 195
Le Plastic Act de la FEBEA : un plan d'actions pour des emballages cosmétiques durables	p. 200
Vers un système de notation volontaire de l'impact environnemental des produits de beauté	p. 203
Comment réussir la transition écologique de son entreprise	p. 205
Le secteur cosmétique à l'heure de la sobriété énergétique	p. 209
Cosmetics Europe fédère l'industrie pour "S'engager pour notre planète"	p. 211
Une majorité de PME françaises se mobilisent pour l'environnement	p. 212
Le Green Impact Index crée son Consortium	p. 214
Introduction à la cosmétique régénératrice	p. 216
L'écotoxicologie des ingrédients cosmétiques, entre mythe, science et réglementation	p. 218
Biodégradabilité, écotoxicité : comment anticiper l'impact des ingrédients cosmétiques sur l'environnement	p. 223
Impacts environnementaux : comment bien choisir ses ingrédients	p. 227
Écoconception et extraction des ingrédients cosmétiques	p. 231
À la recherche de polymères non-microplastiques	p. 238
Vrac : l'art et la manière	p. 242
Le vrac : comment ça marche ?	p. 243
Pierre Fabre au niveau "Exemplaire" du label Engagé RSE d'AFNOR Certification	p. 246
Circul'Egg part à la conquête de l'industrie cosmétique	p. 247
TechnicoFlor lance FlorIndex, un outil d'écoconception des formules de parfum	p. 248
Clariant lance un outil de calcul de naturalité des formules cosmétiques	p. 249
Bien choisir son packaging pour diminuer l'impact environnemental des cosmétiques	p. 250
L'emballage fait peau neuve	p. 254
L'industrie cosmétique à l'heure du pack durable	p. 256
Le concept d'emballage circulaire de produits cosmétiques Design4Circularity	p. 257
Heinz Glas lance une gamme de packs parfaitement imparfaits	p. 258
Luxe Pack Monaco : toujours plus de durabilité chez Aptar	p. 259
Le groupe Pochet décroche le label Relations Fournisseurs & Achats Responsables	p. 260



EXPANSCIENCE®
LABORATOIRES

Epionine® Bio



*A holistic active ingredient for skin
& mind well-being!*

Oily active ingredient rich in unsaponifiables
from *Camellia oleifera* seed oil (tea oil tree)



Discover it
in video!



Introduction

Pénurie d'eau, sécheresse, déséquilibres environnementaux, crise énergétique... pas un jour ne passe sans que les impacts du réchauffement climatique ne fassent les gros titres de la presse et se fassent sentir au quotidien.

L'urgence environnementale n'est plus un concept flou, loin de nous... elle est bel et bien là.

Alors il n'est plus l'heure d'avoir un discours alarmiste, ce qu'il faut, ce sont des solutions concrètes, applicables aussi bien par les citoyens et les collectivités locales que par les industriels.

Le cadre réglementaire français et européen se met d'ailleurs en place à un rythme accéléré. Les premières injonctions de mise en conformité arrivent à échéance. Les entreprises qui n'auraient pas encore entamé leur transition écologique n'ont plus d'autres choix que de s'y conformer.

Cette obligation d'engagement environnemental est également imposée par les consommateurs. Aujourd'hui, une marque cosmétique qui se targue d'avoir un impact positif sur la planète ne se différencie plus de la concurrence.

Pour le grand public, être "sustainable" est un prérequis, une évidence... et une exigence. Il s'attend donc à ce que les marques aillent plus loin, s'engagent de différentes manières et soient parfaites sur toute la chaîne de valeurs.

Pour aider les professionnels de la beauté à mettre en pratique toutes ces nouvelles règles, CosmeticOBS a conçu ce Databook. Il a été pensé comme un guide qui fait le point sur les réglementations environnementales (françaises et européennes) et qui détaille leurs impacts sur la filière cosmétique.

Il passe en revue les certifications à envisager et fait également le point sur les attentes des consommateurs en matière de durabilité.

Enfin, il donne des exemples concrets de la façon dont les acteurs du soin (grands et petits) se sont emparés du sujet et sur la manière dont ils travaillent à réduire au maximum leur impact sur la planète.

La réglementation

Fin de faire semblant. Le cadre réglementaire en France et en Europe en faveur de la transition écologique se durcit.

Dans le cadre du Pacte Vert européen ou de la Loi AGECE française, des réglementations sur les microplastiques, les emballages et les déchets d'emballages, l'écoconception ou la lutte contre la déforestation, toute une série de nouvelles règles sont en train de voir le jour qui auront un impact sur le sourcing de certaines matières premières et la conception même des produits cosmétiques.

Europe



LE GREEN DEAL EUROPÉEN ET SES IMPACTS SUR LES PRODUITS COSMÉTIQUES

Présenté en décembre 2019, le Green Deal européen est un plan d'action destiné à transformer l'économie de l'Union européenne pour répondre aux enjeux du changement climatique et la rendre durable. C'est dans ce cadre qu'une "Stratégie Substances chimiques pour un environnement sans substances toxiques" a été adoptée en octobre 2020. Lors du congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley, qui s'est tenu en digital les 4 et 5 novembre 2020, Gerald Renner, Directeur des affaires réglementaires techniques de Cosmetics Europe, en a présenté les grandes lignes et a détaillé ses implications sur le secteur cosmétique.

"Le Green Deal européen est la stratégie de croissance définie par l'actuelle Commission pour l'Europe," a introduit Gerald Renner. "Il est conçu pour faire face au plus grand défi actuel, qui n'est pas la crise du coronavirus, mais bien le changement climatique. Mais il va orienter tous les plans de relance post-Covid, avec les milliards d'euros qui seront dépensés pour la relance de l'Union européenne. Il s'agit probablement de la plus importante initiative politique horizontale jamais prise au niveau de l'UE. Elle va toucher tous les aspects de notre vie : la nourriture que nous mangeons, les produits que nous achetons et la manière dont nous communiquons avec les consommateurs. Et elle va aussi engendrer des centaines d'initiatives politiques et législatives, qui auront un fort impact sur notre réglementation cosmétique".

Le Green Deal

Cette stratégie a plusieurs objectifs :

- accroître les ambitions européennes pour le climat pour 2030 et 2050,
- assurer les ressources d'une énergie propre, abordable et sûre,
- mobiliser l'industrie en faveur d'une économie propre et circulaire,
- construire et rénover de manière efficace en termes d'énergie et de ressources,
- étayer l'ambition de "Zéro pollution" pour un environnement sans substances toxiques,
- préserver et restaurer les écosystèmes et la biodiversité,
- bâtir un système alimentaire équitable, sain et respectueux de l'environnement, "de la ferme à la fourchette",
- accélérer la transition vers une mobilité durable et intelligente...

Le tout de façon équitable et juste, sans que personne ne soit laissé sur le bord du chemin, ce qui s'accompagne d'un volet financier et d'aides à ceux qui sont le plus touchés par cette transition verte.

Les points les plus impactants pour les cosmétiques

Deux des objectifs de ce Green Deal vont avoir un impact particulièrement important sur la réglementation des produits cosmétiques.

Pour l'économie propre et circulaire

- La stratégie industrielle européenne adoptée en mars 2020
- Le nouveau plan d'action pour une économie circulaire proposé également en mars 2020 et qui inclut une politique pour des produits durables
- L'objectif de mettre au point des technologies permettant de fabriquer un acier sans carbone d'ici 2030
- Les législations pour lutter contre les déchets

Pour l'objectif Zéro pollution

- Le plan d'action Zéro pollution pour l'air, l'eau et les sols en 2021
- La lutte contre la pollution industrielle provenant des grandes installations industrielles en 2021
- La stratégie Substances chimiques pour un environnement sans substances toxiques d'octobre 2020

Le plan d'action pour une économie circulaire

L'objectif de ce plan d'action est de faire passer l'économie européenne d'un modèle linéaire à un modèle circulaire.

Pour expliquer ce point, Gerald Renner a utilisé une image : *“L'économie linéaire, c'est comme une rivière : tout ce qui plongé dedans suit le cours de l'eau et finit par être jeté dans la mer. L'économie circulaire, c'est comme un lac : tout ce qu'on met dedans y reste, et doit se régénérer pour que l'écosystème reste sain”.*

Transposé à la production industrielle, cela signifie que dans l'économie linéaire, les matières premières entrent dans le circuit pour fabriquer des produits qui sont utilisés, puis jetés sans être recyclés.

Aujourd'hui, des efforts sont déjà faits en faveur d'une économie de la réutilisation, notamment grâce au recyclage quand il est possible. Mais on produit encore beaucoup de déchets non recyclés.

L'économie circulaire va bien plus loin. Dans ce système, les matières premières qui entrent dans la production sont utilisées puis recyclées pour revenir dans la production, jusqu'à 100 %, dans une boucle vertueuse infinie.

“Ce concept d'économie circulaire est assez intéressant”, a commenté Gerald Renner. “On imagine facilement comment des smartphones ou des meubles peuvent être recyclés. Mais qu'en est-il des produits de consommation, comme la nourriture ou les cosmétiques ? Comment recycler un produit cosmétique, qui est un consommable et qui, en quelque sorte, disparaît une fois utilisé ? Déterminer comment le concept de l'économie circulaire peut s'appliquer aux produits cosmétiques risque de devenir un grand débat...”

Mais ce plan d'action ne s'arrête pas là : il comprend en fait 35 initiatives législatives et non-législatives dans de nombreux domaines. Il s'agit de :

- faire des produits durables la norme en Europe ;
- donner le pouvoir aux consommateurs et aux acheteurs publics, en leur donnant des informations sur la durabilité des produits de façon à orienter leurs choix ;
- se concentrer d'abord sur les secteurs qui utilisent le plus de ressources et où il existe un potentiel de circularité (électronique, batteries, véhicules, emballages, plastiques, textiles, construction et bâtiments...), qui seront incités à utiliser leurs déchets comme matière première secondaire et, à terme, primaire - *“Je ne pense pas que la cosmétique sera la première visée,”* a commenté Gerald Renner, *“mais au bout du compte, si l'économie circulaire est la règle; il faudra se pencher sur cette question”* ;
- assurer une réduction des déchets, par leur réutilisation ou leur recyclage ;
- faire en sorte que la circularité soit une réalité pour toutes les personnes, villes, régions ;
- faire de l'Europe le leader mondial de l'économie circulaire.

Les actions les plus impactantes pour les cosmétiques

Un des points majeurs dans ce contexte est le prochain établissement de critères de durabilité des produits.

Il est probable qu'ils feront référence à des notions comme la durée de vie, la réparabilité, la réutilisabilité, la recyclabilité, l'empreinte écologique, le contenu recyclé...

“Ce sera sûrement le premier round de la série d’initiatives réglementaires du plan d’action pour l’économie circulaire”, a indiqué Gerald Renner. “Je ne crois pas que ce sera très important pour nos produits eux-mêmes, mais cela aura beaucoup d’impact sur nos packagings”.

Un autre point important est la gestion des produits invendus. *“La volonté est qu’il soient donnés pour éviter qu’ils deviennent des déchets, et il est certain que cela concernera aussi les produits cosmétiques”.*

Enfin, la Commission européenne va lancer un “Dataspace” qui regroupera les informations digitalisées sur les produits (informations consommateurs, réglementaires, sur le recyclage, la fin de vie des produits...), sous la forme d’un “Passeport digital”.

“Ce sera un élément très important de l’économie circulaire, et les cosmétiques en feront partie. Du point de vue de leur packaging, d’abord, mais aussi, dans un second temps, peut-être aussi de leurs formulations, notamment au travers de leurs sources d’ingrédients naturels, de leur biodégradabilité, de la formation de Co2 qu’ils génèrent dans les stations d’épuration et qui pourrait être réutilisé par les plantes pour créer des matériaux naturels utilisés dans les cosmétiques. Avec un cycle de vie aussi grand, on peut imaginer d’inclure les formulations des produits dans un plan d’action circulaire...”.

L’impact de ces critères de durabilité

Rien n’est encore très concret quant à l’utilisation de ces critères, mais, selon Gerald Renner, ils pourraient avoir plusieurs implications :

- des exigences spécifiques pour la composition des produits cosmétiques et de leurs packagings,
- des informations à fournir obligatoirement aux consommateurs pour orienter leurs “choix verts”,
- un cadre contraignant pour les allégations “vertes”.

La stratégie Substances chimiques pour la durabilité

C’est la partie “Zéro pollution” du Green Deal, qui, pour Gerald Renner, est loin de sortir de nulle part, puisque cela fait maintenant une bonne dizaine d’années que les initiatives allant dans ce sens se sont multipliées. Pour exemple : le débat sur les perturbateurs endocriniens a commencé il y a bien longtemps déjà.

“Nous avons tous suivi ces orientations de la réglementation sur les substances chimiques, ces discussions au Parlement européen, ces résolutions du Conseil, ces enquêtes qui ont montré que la population européenne souhaitait un environnement sans toxiques, nous y avons tous contribué,” a rappelé Gerald Renner. “Rien ne se passait. Mais c’est maintenant que les choses se passent. Et qu’elles deviennent très, très concrètes”.

Une redéfinition des réglementations sur les substances chimiques

Cette stratégie comprend une liste de plus de 50 mesures, et selon Gerald Renner, elle a réellement le potentiel de bouleverser la façon dont les produits cosmétiques sont gérés et évalués en Europe. Parmi ses principaux effets :

- un changement de paradigme dans la gestion des substances qui passerait de mesures basées sur le risque à des mesures basées sur le danger pour les “substances les plus dangereuses” : *“Il n’y a pas de définition claire de ce que sont ces ‘substances les plus dangereuses’”, a commenté Gerald Renner. “Mais cela signifie que la réglementation basée sur le danger deviendrait la norme pour certaines substances chimiques”;*
- une simplification et un alignement des différentes réglementations sur les substances chimiques, et pas seulement au niveau des substances elles-mêmes avec les Règlements REACH et CLP, mais aussi au niveau des réglementations qui gèrent l’utilisation de ces substances, comme celles sur les détergents, les jouets ou les cosmétiques ;
- une plus grande transparence des données : *“Aujourd’hui, une même substance peut être évaluée dans différents secteurs, dans le cadre du CLP, de REACH, du Règlement Cosmétiques et aussi parallèlement*

dans le domaine alimentaire ou pharmaceutique. Cette stratégie veut les mutualiser, de façon à ce que toute évaluation effectuée dans un secteur ait accès à toutes les données disponibles de tous les secteurs”, a expliqué Gerald Renner.

Tout cela, a-t-il prédit, ne se fera pas sans une révision, au moins partielle, du Règlement REACH et de ses réglementations en aval, comme le Règlement Cosmétiques. Il a ensuite détaillé à quels niveaux ce Règlement 1223/2009 pourrait être modifié.

Introduction de nouvelles catégories de danger

Aujourd'hui, il n'existe pas de classification de danger formelle pour la perturbation endocrinienne, ni pour la persistance ou la bioaccumulation, que ce soit dans le Règlement CLP ou dans le GSH. Avec cette stratégie, l'Europe entend les créer.

De telles classifications aboutiraient à identifier automatiquement les substances concernées en tant que substances hautement préoccupantes dans le cadre du Règlement REACH, comme c'est le cas actuellement pour les CMR. Ce qui mènerait à leur priorisation dans le processus d'autorisation de REACH (qui implique qu'une substance est interdite si elle n'est pas spécifiquement autorisée).

Les conséquences possibles pour le Règlement Cosmétiques

Ces nouvelles classifications n'auraient pas de conséquences directes sur le Règlement Cosmétiques. Mais elles pourraient induire un processus similaire à celui prévu par l'Article 15 pour les CMR : une fois, par exemple, une substance classifiée en tant que perturbateur endocrinien, elle pourrait être automatiquement interdite d'utilisation dans les produits cosmétiques, à moins de bénéficier d'une exemption.

Gestion des substances basée sur le “risque générique”

Il semble que l'Europe s'oriente vers une gestion par défaut des “substances les plus dangereuses” sur la base de leur risque générique.

“Ne vous y trompez pas”, a averti Gerald Renner, *“une gestion basée sur le risque générique est un euphémisme pour des mesures basées sur le danger !”*

Et d'expliquer que c'est la façon dont sont gérés aujourd'hui les CMR. Une fois une substance classifiée en tant que CMR, elle est gérée sur la base de son danger sans forcément d'évaluation du risque.

Ce modèle pourrait être dupliqué dans un premier temps pour les perturbateurs endocriniens, les substances PBT et vPvB, selon le principe : “si c'est classifié, c'est interdit”.

Et dans un deuxième temps, concerner également les substances immunotoxiques, neurotoxiques, toxiques pour un organe particulier ou sensibilisantes respiratoires.

Et avant même que ce principe soit formellement introduit dans la réglementation, la stratégie Substances chimiques recommande que cette approche soit déjà adoptée, de façon à ce que ces substances soient priorisées pour une interdiction/restriction dans le cadre du Règlement REACH.

Les conséquences possibles pour le Règlement Cosmétiques

Dans ce schéma, les substances classifiées en raison de leur potentiel danger pour l'environnement ou la santé humaine entreraient automatiquement dans le processus de restrictions/autorisation de REACH.

Les substances classifiées uniquement en raison de leur danger pour la santé humaine pourraient, elles, être gérées comme le sont actuellement les CMR par l'Article 15 du Règlement Cosmétiques.

“Nous pourrions ainsi perdre beaucoup de ces substances !”, s'est alarmé Gerald Renner.

Introduction du concept de “l'utilisation essentielle”

Aujourd'hui, que ce soit dans les processus du Règlement REACH ou de l'Article 15 du Règlement Cosmétiques, un critère important pour l'exemption de l'interdiction est le fait qu'il n'existe pas d'alternative pertinente. La stratégie "Substances chimiques" pourrait le faire évoluer pour le transformer en critère d'"utilisation essentielle" et l'implémenter dans toutes les réglementations chimiques (REACH et règlements en aval). *"On ne sait pas encore très clairement ce que signifie une 'utilisation essentielle'", a précisé Gerald Renner, "et notamment si elle se réfère à l'utilisation du produit ou au rôle d'une substance dans le produit. Certains estiment que cela veut simplement dire que la substance est essentielle à la fonction du produit. Je ne le pense pas, car cela reviendrait seulement à la disponibilité ou non d'une substance alternative. À mon sens, l'utilisation essentielle signifie que le produit est essentiel à la société. Et c'est tout à fait différent !"* C'est que ce critère est dérivé de la Convention de Montréal, qui interdit les substances qui appauvrissent la couche d'ozone, sauf si elles sont "nécessaires pour la santé, pour la sécurité ou critiques pour le fonctionnement de la société, et qu'il n'existe pas d'alternatives techniquement ou économiquement envisageables, ni de substituts acceptables du point de vue de l'environnement et de la santé".

Les conséquences possibles pour le Règlement Cosmétiques

Certes, ce concept n'est pas encore très clair. Mais Gerald Renner a souligné les implications qu'il pourrait avoir.

"Imaginons un conservateur", a-t-il expliqué. "Il est essentiel pour un produit particulier et on ne peut pas le remplacer par un autre conservateur. On peut discuter sur le caractère essentiel de cet ingrédient, mais je pense que ce qu'on doit envisager maintenant, c'est si le produit lui-même est essentiel pour la santé, la sécurité ou s'il est critique pour le fonctionnement de la société. S'il n'est pas considéré comme tel, la discussion sur le caractère essentiel de l'ingrédient n'a plus lieu d'être"...

Le vrai débat risque donc d'être : les produits cosmétiques sont-ils ou non essentiels ?

S'ils ne sont pas considérés comme tels, l'industrie cosmétique pourrait, là encore, perdre de nombreuses substances.

"Quoiqu'il en soit", a encore averti Gerald Renner, "d'une façon ou d'une autre, ce concept impactera fortement notre capacité à défendre des ingrédients qui auront été classifiés CMR ou perturbateurs endocriniens, et dans un deuxième temps, ceux qui auront été en tant que toxiques..."

Réorganisation du processus de gestion du risque des ingrédients cosmétiques

Actuellement, la sécurité des ingrédients cosmétiques est évaluée par le CSSC.

Selon le principe : "Une substance, une évaluation", la stratégie Substances chimiques va faire de l'ECHA l'organe central qui initiera et coordonnera toutes les évaluations de substances dans tous les secteurs. L'évaluation du danger d'une substance ne sera effectuée qu'une seule fois, et ses conclusions vaudront pour tous les secteurs, qui en feront la base de leur évaluation du risque.

Les conséquences possibles pour le Règlement Cosmétiques

Pour Gerald Renner, cela pourrait avoir des implications importantes sur le CSSC, qui dépend aujourd'hui de la DG-Santé et pourrait être "déménagé" au sein de l'ECHA, et même se voir relevé de ses tâches actuelles au profit du Comité pour l'Évaluation du Risque de l'ECHA.

"Nous risquons de perdre la spécificité des évaluations cosmétiques", s'est inquiété Gerald Renner, "et n'avoir pour base qu'une approche unique, celle du danger qui est le plus petit dénominateur commun".

Une option un peu plus optimiste est que le CSSC reste en charge de l'évaluation du risque, mais en ayant accès à toutes les données disponibles, ce qui n'est pas toujours le cas aujourd'hui.

De nouvelles méthodologies scientifiques dans l'évaluation du risque

Selon cette stratégie, l'évaluation du risque sera davantage basée sur le cycle de vie, et plus concrètement, sur un facteur d'évaluation des mélanges, de façon à considérer toutes les expositions à une substance via les cosmétiques, mais aussi les détergents, les jouets, etc.

La biosurveillance (échantillons de sang ou de plasma de la population) sera utilisée pour identifier les substances auxquelles les consommateurs sont le plus exposés, ce qui pourrait déterminer la priorisation de leur évaluation et éventuellement mener vers une approche d'évaluation groupée par famille ou catégorie d'ingrédients en lieu et place de l'évaluation substance par substance.

“On a déjà un exemple d'évaluation groupée avec les microplastiques”, a souligné Geral Renner, “même s'ils ne sont pas tous similaires d'un point de vue chimique. Mais ils ont des propriétés similaires et sont évalués et réglementés sur la base de ces propriétés”.

Les conséquences possibles pour le Règlement Cosmétiques

L'évaluation des ingrédients cosmétiques devra certainement également prendre en compte ce facteur d'évaluation des mélanges.

Concrètement, cela concernerait les nouvelles demandes d'évaluations, mais cela pourrait aussi signifier que de nombreuses évaluations d'ingrédients approuvés dans le passé devraient être refaites. Avec un risque très fort pour ceux dont la marge de sécurité est proche de 100. La présence de certains ingrédients dans les annexes du Règlement Cosmétiques pourrait ainsi être remise en cause.

Autres points à considérer

Enfin, Geral Renner voit encore d'autres sources d'inquiétude :

- un futur mécanisme de génération de données de danger par les États membres, l'ECHA et la Commission,
- des indicateurs de l'efficacité de la réglementation chimique et un système d'alerte précoce, qui pourraient motiver l'évaluation de nouvelles substances,
- l'éventuel alignement des niveaux de protection des consommateurs et des professionnels, ce qui pourrait concerner (même si Gerald Renner estime cette hypothèse peu probable) les coiffeurs et les esthéticiennes...

Le calendrier de la stratégie Substances chimiques

“La Commission s'est montrée très ambitieuse sur ce programme”, a conclu Geral Renner, “et le calendrier est serré”.

Ainsi, les premières propositions réglementaires devraient être publiées à partir de début 2021, en commençant par les aménagements des Règlements REACH et CLP, et un ensemble de nouvelles classifications.

Les mesures concernant directement les produits cosmétiques et les éventuels amendements du Règlement 1229/2009 devraient intervenir entre 2023 et 2025.

La Commission veut aller vite sur ce sujet. Il reviendra à l'industrie cosmétique de savoir s'adapter aussi vite...

LA STRATÉGIE CHIMIQUE DE L'UE ET SES IMPACTS SUR LES COSMÉTIQUES (1/2)

Transformer l'économie de l'Union pour un futur durable : c'est l'objectif ultime du "Pacte vert" européen. Un plan ambitieux dont le volet "substances chimiques" est amené à profondément modifier l'environnement réglementaire des produits cosmétiques. De la révision des Règlements REACH et CLP en passant par les implications sur le Règlement Cosmétiques, Sammy Drissi Amraoui, chargé de mission Restrictions REACH à la Direction générale de la prévention des risques au ministère de la Transition écologique, a présenté les points clés de ces réformes lors du Congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu les 1er et 2 décembre 2021.

"Dans le but d'être un continent neutre pour le climat et de lutter contre la dégradation de l'environnement, la Commission européenne a proposé en 2009 le Green Deal, un 'Pacte Vert' qu'elle a décliné sous plusieurs axes, dont l'un en particulier, le plan 'zéro pollution pour un environnement non toxique' se focalise principalement sur les produits chimiques et leurs impacts sur l'environnement", a introduit Sammy Drissi Amraoui.

Les États membres ont soutenu cette initiative de la Commission et cinq axes ont été définis :

- soutenir l'innovation pour concevoir des produits plus sûrs,
- bannir les produits chimiques toxiques sauf s'ils sont essentiels et n'ont pas de substitut,
- limiter l'exposition aux produits nocifs pour le système hormonal et aux produits aux effets toxiques combinés,
- améliorer les lois et simplifier les procédures pour évaluer les risques,
- montrer l'exemple pour un monde sans produits toxiques.

Le Conseil européen a adopté ces conclusions et a proposé deux principes supplémentaires :

- éviter que des substances toxiques soient incluses dans les produits dès leur conception, au lieu de les contrôler a posteriori sur le marché,
- n'autoriser les produits chimiques les plus nocifs que s'ils sont nécessaires pour la santé, la sécurité ou la bonne marche de la société.

La stratégie chimique

"Il me semble important de rappeler que cette stratégie, bien que se préoccupant des impacts des substances chimiques sur l'environnement, est d'abord une stratégie industrielle, qui a pour but d'encourager l'innovation, de développer de nouvelles alternatives et de mettre en avant l'industrie chimique européenne", a commenté Sammy Drissi Amraoui.

Les objectifs

Cette stratégie a plusieurs objectifs :

- interdire les substances les plus dangereuses, sauf usages essentiels,
- prendre en compte l'effet cocktail,
- éliminer les PFAS (substances perfluorées et polyfluorées extrêmement préoccupantes pour l'environnement) de façon complète, sauf usages essentiels,
- encourager l'investissement et l'innovation pour la production de substances "sûres et durables dès la conception",
- établir un processus d'évaluation simplifié : "une substance, une évaluation",
- faire la promotion d'exigences élevées en matière de sécurité chimique en n'exportant pas les substances qui sont interdites dans l'UE.

Les acteurs

Pour atteindre ces objectifs, tous les acteurs sont mobilisés :

- l'ECHA (l'Agence européenne des produits chimiques), mais également les agences d'expertise européennes et nationales des États membres,
- la Commission européenne, qui est le pilote politique de cette stratégie,
- les États membres et leurs autorités,
- l'industrie, à qui est réservée une place importante dans les discussions,
- les ONG,
- les citoyens,
- les scientifiques...

Les enceintes de discussion

Elles se tiennent à différents niveaux :

- en table ronde à haut niveau, un lieu d'échange privilégié pour les représentants de l'industrie et des ONG, qui a pour but de faire des propositions à la Commission européenne,
- au Caracal, qui regroupe les autorités compétentes pour les Règlements REACH et CLP et des sous-groupes sur des thématiques spécifiques,
- au sein du groupe d'experts "Une substance, une évaluation",
- dans des workshop thématiques.

"Tout au long de ce processus, des consultations publiques ou spécifiques sur certains points techniques seront organisées et les contributions de l'industrie sont très attendues", a assuré Sammy Drissi Amraoui.

Les évolutions réglementaires

On en attend principalement dans quatre domaines :

- la révision du Règlement REACH, dont tous les piliers (processus d'enregistrement, d'évaluation, d'autorisation et de restriction) vont faire l'objet d'une révision,
- la révision du Règlement CLP, avec en particulier la mise en place de nouvelles classes de danger liées à la santé ou à l'environnement,
- des actions transverses comme les celles sur les perturbateurs endocriniens (qui concernent non seulement le CLP, mais aussi REACH et également le Règlement Cosmétiques), et des réflexions sur un grand nombre de concepts nouveaux (usages essentiels, "une substance, une évaluation", substance "sûre et durable dès la conception") auxquels il est important d'apporter des définitions claires et assorties de critères précis pour les rendre applicables,
- la révision d'autres règlements (comme le Règlement F-Gas sur les gaz fluorés et le Règlement Ozone relatif aux substances appauvrissant la couche d'ozone), la révision de la Recommandation sur les nanomatériaux avec la mise en place d'une définition harmonisée s'appliquant à tous les secteurs, la révision de la Directive sur les émissions industrielles qui concerne également les industriels fabricants de cosmétiques.

La révision du Règlement REACH

Un grand nombre d'actions vont être menées dans le cadre de cette révision.

Les enregistrements

Plusieurs évolutions sont envisagées :

- l'élargissement des obligations d'enregistrement aux polymères, substances qui sont aujourd'hui exemptées ;

- une mise à jour des exigences d'information sur les nouvelles classes de danger introduites dans le Règlement CLP et leurs expositions associées : cela concerne les travailleurs, les citoyens, l'environnement ou la population ;
- le renforcement des contrôles de conformité des dossiers d'enregistrement par l'ECHA avec la possibilité pour l'Agence de révoquer les numéros d'enregistrement des dossiers non complets ou aux données erronées, ce qui empêcherait la mise sur le marché des substances concernées.

Le facteur d'évaluation des mélanges

Cette nouvelle notion (Mixture assessment factor) sera introduite pour mieux prendre en compte les effets combinés de certaines substances.

Les fiches de données de sécurité

Des réflexions vont également avoir lieu sur la fiche de données de sécurité, dans le but d'améliorer la qualité des données transmises au sein de la chaîne d'approvisionnement, de façon à assurer une utilisation plus sûre des substances, notamment en aval.

L'évaluation

Aujourd'hui, deux processus d'évaluation principaux coexistent : d'une part, l'ECHA réalise des évaluations de dossiers, d'autre part, les agences nationales effectuent des évaluations de substances.

Une approche, non plus substances par substances, mais par groupes de substances, est envisagée et aboutira à leur évaluation selon leurs propriétés et caractéristiques communes. On ne parle pas là seulement de dangers puisqu'il peut aussi s'agir des usages similaires d'un groupe de substances. Le but est de rendre les évaluations plus efficaces et plus rapides.

L'autorisation des SVHC

Plusieurs chantiers sont sur la table en la matière :

- l'extension explicite des critères SVHC (substances extrêmement préoccupantes) aux critères relatifs à la perturbation endocrinienne et aux critères des substances PMT (Persistantes, Mobiles, Toxiques) et vPvM ;
- la réforme du processus d'autorisation, qui permet une dérogation à l'interdiction de certaines substances, mais qui aujourd'hui fonctionne mal et s'avère très coûteux, tant pour l'industrie qui demande une autorisation que pour l'ECHA et les États membres qui instruisent les dossiers ;
- l'introduction du concept d'usage essentiel, qui deviendrait un critère d'appréhension des dossiers pour permettre un tri plus efficace ;
- une réflexion sur le contenu des dossiers d'autorisation, pour éviter le problème des données manquantes, ainsi que sur celui des décisions d'autorisation.

La restriction

L'idée est ici de revoir le processus de restriction en mettant pleinement en œuvre l'approche générique de gestion des risques, mais aussi d'initier des restrictions simplifiées pour les articles contenant des substances listées à l'Annexe XIV (substances soumises à autorisation), de façon à éviter de les retrouver sur le marché, notamment quand ils viennent de l'import.

Les interfaces avec les autres réglementations

Pour mieux ajuster les différentes réglementations entre elles, une amélioration de l'articulation avec le Règlement REACH est prévue pour la Directive sur les travailleurs, la Directive IED sur les émissions industrielles, ou encore avec le Règlement Cosmétiques, celui-ci traitant de la santé humaine alors que REACH prend le relais pour les préoccupations environnementales.

Des réflexions sont également en cours sur le statut des places de marché, devenues des acteurs incontournables de la distribution, et sur lesquelles on constate de nombreuses non-conformités, notamment pour les produits chimiques.

Les dispositions sur le contrôle et la mise en œuvre

Réviser n'est pas tout, il s'agit aussi de rendre le texte mieux applicable et plus efficacement appliqué, notamment en renforçant les contrôles et la coopération entre les États membres par le biais d'une meilleure coordination de leurs politiques de contrôle.

Le rôle de l'ECHA et des agences nationales

Pour rappel, c'est le Règlement REACH qui a instauré l'ECHA, mais cette Agence traite aujourd'hui de plusieurs autres réglementations.

L'idée serait de lui donner une place définie en dehors du règlement REACH, de renforcer sa position centrale sur l'évaluation des dangers et la cohérence entre les différentes réglementations sur les produits chimiques. Avec à la clé la nouvelle règle : "Une substance, une évaluation".

Au nombre des réflexions également :

- le financement de l'Agence, initialement assuré par les redevances d'enregistrement qui ont diminué au fil du temps,
- le fonctionnement de la Chambre des recours, première instance non judiciaire de règlement des litiges au sein du système européen.

La révision du Règlement CLP

Plusieurs points également sont au programme de cette révision ciblée :

- l'introduction de nouvelles classes de danger : perturbateurs endocriniens (que ce soit pour la santé ou pour l'environnement), substances PBT (Persistantes, Bioaccumulables et Toxiques) et vPvB (très Persistantes, très Bioaccumulables), et, de façon plus nouvelle, substances PMT (Persistantes, Mobiles et Toxiques), la mobilité étant définie comme le fait de pouvoir transférer d'un compartiment à un autre, ce qui donne aux substances la propriété de s'accumuler dans les compartiments et les nappes aquatiques, jusqu'à contaminer les eaux de consommation ;
- l'extension du champ d'application du Règlement CLP, notamment en revoyant les catégories de produits aujourd'hui exemptés de son application ;
- la clarification des règles de classification des substances complexes ;
- une revue des règles d'étiquetage, avec une définition claire de l'utilisation des étiquettes dépelliculables, mais également une simplification avec l'option de la digitalisation.

Les impacts sur le secteur cosmétique

Les processus de révision des Règlements REACH et CLP sont évidemment très longs, ponctués de nombreuses étapes, parmi lesquelles de nouvelles consultations publiques (au 1er trimestre 2022 pour REACH, entre le 3e et 4e trimestre 2022 pour CLP). Viendront ensuite la publication des projets de la Commission, puis leurs validations par le Parlement européen et le Conseil (prévues d'ici la fin 2022),

pour une entrée en vigueur à une date encore inconnue.

Mais ce qui est sûr, c'est que les deux auront des répercussions sur l'environnement des produits cosmétiques.

Les nouvelles classes de dangers

Trois nouvelles classes de danger pour l'environnement et pour la santé vont donc être introduites dans le Règlement CLP, avec, pour ce qui concerne les perturbateurs endocriniens, une distinction entre le danger pour la santé et le danger pour l'environnement d'une part, entre les PE avérés/présumés et les PE suspectés d'autre part.

Une option à l'étude est de rendre le Règlement CLP applicable aux produits cosmétiques pour ce qui est des dangers pour l'environnement.

“Les autorités françaises ont apporté leur soutien à cette proposition”, a indiqué Sammy Drissi Amraoui.

Ce changement a en effet deux objectifs principaux :

- mieux évaluer, classer et étiqueter les substances et les articles contenant des substances dangereuses,
- informer l'utilisateur final, qui soit un consommateur ou un professionnel, de la présence de substances dangereuses pour l'environnement dans les produits cosmétiques.

L'approche générique de la gestion des risques

Cette approche existe déjà, mais jusqu'à présent, elle n'est applicable qu'aux produits de consommation à destination du consommateur. La Commission européenne souhaite l'étendre également aux produits à destination des professionnels.

Cette approche :

- déclenche automatiquement des mesures prédéterminées de gestion des risques (interdictions, restrictions, obligations relatives à l'étiquetage...),
- s'appuie quasiment uniquement sur les propriétés dangereuses de la substance et sur des considérations générales concernant l'exposition du public (très hauts tonnages et utilisations répandues, présence dans des produits à destination d'un public vulnérable, exposition difficile à contrôler...),
- ne repose pas sur une évaluation complète du risque.

Autant de critères très différents de l'approche du Règlement Cosmétiques qui, lui, se base sur l'évaluation du risque. Alors que dans le cadre du Règlement REACH, l'objectif est d'accélérer le processus de restriction en se basant sur les classes de danger, de façon à garantir une protection plus systématique des consommateurs, des populations vulnérables et de l'environnement, avec interdiction automatique, sauf usage essentiel. Une approche similaire à celle qui prévaut pour les CMR de catégorie 1 dans les cosmétiques, qui sont interdits de façon automatique, sauf dérogation.

Le concept d'usage essentiel

Ce principe est mentionné dans la stratégie “Produits chimiques”. Il s'agit de *“permettre l'utilisation des substances les plus dangereuses seulement s'il est prouvé que c'est essentiel pour la société”*, a cité Sammy Drissi Amraoui.

C'est une des clés de la future restriction des PFAS (substances perfluorés et polyfluorés), aussi connues sous le nom de “forever chemicals”, des substances aux capacités de persistance tellement fortes qu'elles représentent un réel danger pour l'environnement. L'objectif est donc de totalement les

interdire, sauf, encore une fois, usage essentiel.... dont les critères restent à définir.

Les travaux à ce sujet en sont encore au stade préliminaire. Un consultant a été mandaté pour y travailler par la Commission européenne, qui organisera également un workshop sur ce thème en février 2022.

À noter que ce concept a vocation à être traité de façon horizontale, bien au-delà de la sphère produits chimiques et Règlement REACH.

Une substance, une évaluation

Avec ce nouveau concept, il s'agit d'optimiser les travaux relatifs à l'évaluation du danger, de l'exposition et du risque liés à une substance, mais en mettant la priorité sur le danger.

“Aujourd’hui, on ne peut pas faire une bonne évaluation du risque lorsqu’on n’a pas fait initialement une bonne évaluation du danger,” a plaidé Sammy Drissi Amraoui. “Et pour faire une bonne évaluation du danger, il faut des données sur la substance. Et c’est sur quoi aussi bien les agences nationales que les agences européennes insistent : il faut connaître au mieux les substances, leur identité comme leurs propriétés”.

Ce concept a également vocation :

- à développer un mécanisme de coordination entre agences européennes et nationales,
- à s'assurer de la collecte, de l'interopérabilité et de la transparence des données scientifiques, si possible accessibles sur une seule et même plateforme,
- à mieux gérer les ressources allouées aux agences, en repensant leur financement et la répartition de leurs missions.

C'est dans ce cadre qu'est envisagé un rapprochement entre le CSSC et l'ECHA, sans qu'on sache encore sous quelle forme...

En résumé, le secteur cosmétique sera forcément assez fortement impacté par les évolutions des Règlements REACH et CLP, à cinq niveaux :

- l'introduction de nouvelles classes de danger pour une meilleure identification des substances dangereuses pour l'environnement,
- la classification et l'étiquetage des dangers pour l'environnement des produits cosmétiques pour informer sur la présence de substances dangereuses pour l'environnement,
- le développement du concept d'usage essentiel pour éliminer les substances les plus dangereuses qui ne sont pas essentielles pour la société,
- l'extension de l'approche générique de gestion des risques pour mieux protéger les consommateurs et l'environnement de certaines substances,
- le processus “Une substance, une évaluation” pour optimiser le processus d'évaluation des substances.

À l'issue de sa présentation, Sammy Drissi Amraoui a laissé la place à Meglena Mihova, du cabinet de conseil EPPA, qui a **repris les mêmes thèmes, mais sous un angle très concret**, en insistant sur les implications de cette Stratégie chimique pour l'industrie, ce à quoi il faut se préparer et quelles actions peuvent être mises en œuvre.

LA STRATÉGIE CHIMIQUE DE L'UE ET SES IMPACTS SUR LES COSMÉTIQUES (2/2)

Suite à la présentation de Sammy Drissi Amraou lors du Congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu les 1er et 2 décembre 2021, Meglena Mihova, du cabinet de conseil EPPA, est revenue sur les impacts du Green Deal européen sur le secteur cosmétique, mais en axant très concrètement sur ses aspects les plus sensibles... et les éléments de langage utiles à l'industrie dans l'optique des prochaines consultations publiques...

“Dorénavant, le Règlement 1223/2009 n'est plus le centre de l'univers réglementaire du secteur cosmétique. Il fait plutôt partie d'une constellation très compliquée de nouveaux concepts, de nouvelles abréviations et de plusieurs autres réglementations qui ont un impact plus important”, a averti d'entrée Meglena Mihova.

Et de donner quelques exemples des principales problématiques actuelles pour illustrer son propos :

- l'interdiction d'une centaine de PFAS : *“on se demande à quoi sert le Règlement Cosmétiques qui, effectivement, est lisible pour l'industrie, mais dont le contrôle et les paramètres n'empiètent plus sur les initiatives prises par ailleurs”*; et même si les restrictions qui vont leur être appliquées ne semblent pas forcément très handicapantes pour l'industrie cosmétique, ce sera la première expérience d'élaboration de critères pour ce qui est “d'usage essentiel” en ce qui concerne les produits cosmétiques ;
- le concept “une substance, une évaluation” n'est pas non plus un paradigme cosmétique, et peut-être plus un paradigme du tout : *“le sujet est un peu déjà démodé puisqu'il est prévu qu'on ne regarde pas une substance, mais plutôt un groupe de substances. Je dirais même que ce titre doit être changé par la Commission”*;
- l'approche générique de la gestion des risques, qui devient *de facto* le mode de fonctionnement pour le secteur des produits de grande consommation ;
- la création de nouvelles classes de danger, qui semble problématique à maints égards ;
- l'évaluation des mélanges et la prise en compte de l'effet cocktail ;
- les restrictions REACH : *“elles vont devenir un outil très important qui va limiter largement les ingrédients disponibles pour l'innovation dans le secteur cosmétique”*.

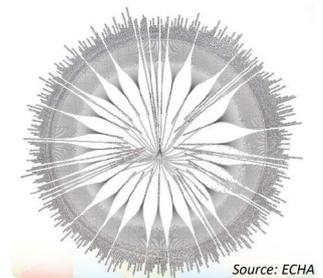
La nouvelle approche de gestion des risques

Cette image n'est pas un mandala, mais la visualisation du travail de l'ECHA sur le regroupement des substances.

C'est que l'évaluation “substance par substance” est une approche qui appartient au passé : *“À l'origine du Règlement REACH, le processus consistait à enregistrer une substance, soumettre des données sur une substance et évaluer le risque d'une substance”*, a rappelé Meglena Mihova.

Un processus qui a été considéré comme lent et inefficace, peu prévisible pour l'industrie qui substituait une substance interdite par une autre interdite le lendemain, et également source de problèmes pour les autorités des États membres qui se sont retrouvées à travailler sur les substances sans forcément se coordonner.

C'est ainsi qu'est venue l'idée de regrouper les analyses. Dans cette image, les pétales de la fleur représentent les ramifications de groupes et de substances identifiées sur la base de la similarité de leur structure, selon les informations provenant des dossiers d'enregistrement REACH et des



notifications CLP. Une occasion pour Meglena Mihova de rappeler l'importance de fournir des données de qualité pour ne pas ouvrir la voie à des conclusions hâtives ou incomplètes.

Mais ces regroupements posent plusieurs problèmes :

- ils sont parfois difficiles à justifier en l'absence de données de danger,
- l'évaluation des risques de substances aux profils différents est également compliquée,
- les impacts socio-économiques d'une restriction utilisant le regroupement sont complexes à évaluer,
- le contrôle des restrictions, dont dépend l'efficacité de la législation, pose de vrais défis pratiques du fait de la difficulté à identifier certaines substances (comme le montre l'exemple des microplastiques), d'autant que certaines méthodes d'analyse pour ce faire ne sont toujours pas disponibles.

Il n'en reste pas moins qu'il s'agit là d'un changement radical de fonctionnement et que beaucoup de questions quant à sa mise en œuvre restent encore sans réponse...

L'évaluation de la toxicité des mélanges

Dans le cadre de la préparation de sa stratégie "Substances chimiques", la Commission européenne a effectué une étude sur les mélanges et a publié un rapport sur l'évaluation et la gestion des expositions combinées à plusieurs produits chimiques.

Ses conclusions :

- il y a une absence d'exigences légales concernant les mélanges non intentionnels,
- le Règlement REACH peut prévoir un facteur d'évaluation du mélange (Mixture Assessment Factor - MAF),
- de nouvelles dispositions sur les mélanges non intentionnels devraient être introduites dans les législations sectorielles, et notamment le Règlement Cosmétiques.

"C'est un point à regarder avec attention", a souligné Meglena Mihova. "Des études sont en cours et certains pays, surtout les Pays-Bas et la Suède, sont très actifs sur ce sujet".

Détermination et application du MAF

Ce facteur d'évaluation du mélange est en fait un facteur de sécurité supplémentaire.

Il part des seuils réglementaires identifiés pour les substances individuelles, mais quand ceux-ci ne suffisent pas à évaluer le risque d'un mélange, il permet de garantir un risque qui n'est pas supérieur au risque représenté par chaque substance. L'idée est de concevoir une formule qui peut aider les autorités dans la prise en compte de manière générique des effets du mélanges, particulièrement quand les données disponibles sont insuffisantes pour permettre l'évaluation de situations réelles de co-exposition.

Ce facteur d'évaluation des mélanges n'a jamais été appliqué à des fins réglementaires dans l'Union européenne et est encore en cours de discussions.

Lors d'un séminaire récent organisé par le RIVM (Pays-Bas) et le KEMI (Suède), il a été conclu que :

- le MAF fait figure d'approche pragmatique de l'évaluation des mélanges,
- cette approche doit être appliquée à toutes les substances et pour toutes sortes d'exposition, liées à l'environnement, aux travailleurs et aux consommateurs, cela s'appliquant aux substances utilisées dans les produits cosmétiques, mais aussi à celles qui sont mises en œuvre lors du processus de fabrication dans les usines,
- le MAF par défaut pourrait être de 10, ce qui reviendrait à diviser par 10 le ratio actuel de caractérisation des risques dans tous les dossiers d'enregistrement REACH, si le mélange qui n'excède pas 30 tonnes. Mais au-delà ce de tonnage, les choses se compliquent...

“Les études sont en cours. Il y aura des consultations publiques et je conseille d’y faire très attention et de participer. Les autorités attendent des propositions scientifiques constructives de l’industrie”, commenté Meglena Mihova.

Les résultats de ces études seront pris en compte dans les révisions du Règlement REACH et Cosmétiques.

L’analyse des nouveaux risques

L’approche générique de la gestion des risques devient réellement une option par défaut de gestion et de restriction pour tous les biens de consommation.

Cela s’accompagne de l’étendue de cette approche à de nouveaux risques, comme les substances difficilement dégradables dans l’environnement, les perturbateurs endocriniens, et éventuellement, après une analyse d’impact, aux substances immunotoxiques, neurotoxiques, toxiques pour certains organes ou pour le système respiratoire...

Ces nouvelles classes de risques, y compris pour les substances PMT (Persistantes, Mobiles, Toxiques), vont faire l’objet de discussions dans le cadre de la révision du Règlement CLP, et seront la base d’identification de nouvelles classes de dangers. Et qui dit danger dit potentiellement risques et donc restrictions...

La nouvelle approche des restrictions

“Pour moi, la restriction sera le principal outil d’interdiction, et qui va largement dépasser le Règlement Cosmétiques. Parce qu’actuellement, la mode réglementaire est à l’impact environnemental. Et on sait que le Règlement Cosmétiques ne gère pas ce sujet-là. Cette discussion se déroule ailleurs”, s’est inquiétée Meglena Mihova.

Ainsi, quand on parle des PFAS, on parle d’environ 5000 substances qui vont être interdites. Et cela intervient dans le cadre du Règlement REACH. Quand on parle des microplastiques, ce sont des centaines de substances qui concernent le secteur cosmétique, et cela se passe également dans le contexte de REACH.

On a vu récemment que **le processus d’autorisation de l’Annexe XIV n’était pas très performant**, qu’il était lourd et coûteux. On voit aussi que la Commission européenne ne l’élargit que très peu avec de nouvelles substances. En fait, une des options pour REACH est de ne plus avoir de système d’autorisation, mais plutôt d’aller vers un processus de restriction.

Dans ce contexte, on peut se poser la question de la valeur ajoutée de la législation sectorielle, comme le Règlement Cosmétiques ! On s’oriente effectivement vers des restrictions qui prennent de l’ampleur et qui couvrent un large spectre de substances et d’utilisations, ces restrictions qu’on appelle aussi “catch all” ou “fourre-tout”, comme celles qui touchent les microplastiques, et qui ciblent de larges familles de produits chimiques.

Et cela promet d’être une charge très lourde pour l’industrie.

En principe, dans le contexte de restrictions, la charge de la preuve pèse sur les autorités publiques, qui doivent prouver le risque et la proportionnalité de la restriction. Mais pour les restrictions de grands groupes de substances, les autorités font des appels à données et, en quelque sorte, renversent la charge de la preuve vers l’industrie. C’est elle en effet qui doit donner des informations sur les tonnages, les utilisations, les expositions, etc.

À noter tout de même, quand on parle de restrictions, qu’on n’est plus dans un système “noir ou blanc”, autorisé ou interdit : les restrictions se font plus nuancées, assorties de seuils d’exposition à ne pas dépasser, de mise en place de nouvelles mesures comme la limitation des rejets ou des risques. Plus

complexes et plus compliquées, elles donnent aussi à l'industrie des possibilités d'adapter la fabrication, la production et l'utilisation.

Reste un point problématique : même pour des restrictions très larges, les autorités n'adoptent pas d'approche adéquate pour fixer les options de gestion des risques, notamment les dérogations ou les périodes de transition. *“Elles restent bloquées sur des habitudes du passé réglementaire. Un exemple : la restriction des microplastiques prévoit une période de quatre ou six ans pour transformer 23 000 formules ! C'est tout simplement irréaliste”*, a indiqué Meglena Mihova.

La feuille de route des restrictions

Une planification des futures restrictions a été annoncée pour 2025-2027. Ce plan englobe les substances sur lesquelles les autorités vont travailler d'une façon transparente, et il fera l'objet d'un réexamen régulier. Mais cette liste en soit ne suffit pas, puisque les États membres sont libres de proposer des restrictions pour d'autres substances.

Les substances concernées :

- les substances présentes dans le registre d'intentions de l'ECHA,
- les substances inscrites à l'Annexe XIV (substances soumises à autorisation) du Règlement REACH, puisqu'à partir de la date d'interdiction totale, l'ECHA doit envisager une analyse du marché pour éventuellement introduire une proposition de restriction,
- les substances pour lesquelles il y a des recommandations de restrictions mais qui n'ont pas de classification harmonisée ou ne sont pas identifiées comme des SVHC,
- les substances évaluées dans le cadre de la stratégie réglementaire intégrée de l'ECHA, au travers de laquelle 2000 substances ont été revues, 160 ayant été recommandées pour des restrictions/autorisations et 100 pour une classification CLH,
- les sensibilisants cutanés dans les mélanges pour les consommateurs, qui font aussi l'objet d'une proposition d'interdiction dans cette feuille de route.

Les prochaines étapes :

- la période ouverte aux commentaires des États membres étant désormais terminée, une concertation est prévue avec les autorités compétentes des États membres,
- la publication de la version finale de la feuille de route et de la liste des substances est attendue prochainement.

Le concept de l'utilisation essentielle

Ce concept n'est pas nouveau. Le Protocole de Montréal (accord multilatéral international sur l'environnement qui a pour objectif de réduire et à terme d'éliminer les substances qui réduisent la couche d'ozone), a établi des critères pour le définir :

- la substance doit être nécessaire à la santé, à la sécurité ou critique pour le fonctionnement de la société,
- il ne doit pas exister d'alternatives techniquement et économiquement réalisables.

Il n'y a pas encore de définition au niveau européen. Des discussions sont en cours au niveau du Caracal sur la base du “document de réflexion” de la Commission, ainsi que des premières réactions des États membres et des parties prenantes.

Le concept est considéré à la fois en cas d'évaluation des risques génériques et spécifiques, et devrait s'appliquer pour les restrictions et autorisations dans le cadre du Règlement REACH, mais éventuellement aussi dans la législation sectorielle.

Le concept pose évidemment beaucoup de questions, en termes de définition, mais aussi de faisabilité, de mise en œuvre, ou qui décidera du caractère d'essentialité...

Les positions des principales parties prenantes

Les ONG

Elles se montrent favorables à un concept générique, basé sur les dangers, de façon à éviter une évaluation au cas par cas. Elles plaident aussi pour une application allant au-delà de REACH, dans toute la législation européenne pertinente, y compris pour les cosmétiques qu'elles citent spécifiquement. Pour elles, l'essentialité est une question politique : ce sont les autorités qui doivent en décider, et non pas les scientifiques ou les entreprises. Elles considèrent que le protocole de Montréal est une très bonne base de départ pour définir l'utilisation essentielle au niveau européen et que tout ce qui est produit de luxe, jouets, produits de loisirs et de décoration, de même que les cosmétiques, ne doivent pas être considérés comme des exemples d'utilisations essentielles.

Les États membres

Ils sont divisés et adoptent des positions divergentes.

Une partie considère qu'on doit se baser sur des critères scientifiques, mais d'autres privilégient l'approche politique. Certains envisagent une approche au cas par cas pour intégrer les différences nationales/régionales dans la perception de l'essentialité, d'autres favorisent une approche générique avec des exceptions limitées. Tous considèrent aussi que le Protocole de Montréal est une bonne base, mais beaucoup insistent sur la nécessité d'examiner périodiquement les critères en fonction des évolutions du progrès scientifique et des perceptions sociétales qui peuvent changer avec le temps.

L'industrie

Dans sa majorité, elle considère qu'il est problématique d'être dépendante d'un concept subjectif hautement politique. Pour elle, les critères d'essentialité devraient être définis sur la base de preuves scientifiques solides et ne devraient pas être soumis à des opinions politiques changeantes. Elle plaide pour une approche au cas par cas fondée sur les risques, les restrictions basées sur les dangers ne pouvant aboutir qu'à entraver l'innovation et à devoir retirer du marché des produits sûrs.

L'approche de Montréal est considérée comme raisonnable, mais insuffisante puisque conçue dans un contexte différent. L'industrie plaide pour une approche flexible qui tient compte des différentes perceptions sociétales de l'essentialité aux niveaux national/régional, et qui soit revue au fil du temps pour prendre en compte les progrès scientifiques.

Une voie vers l'essentialité de la fonctionnalité ?

Au vu des derniers dossiers de restrictions, il est possible qu'on se dirige vers un débat qui ne tourne pas autour de l'essentialité du produit fini, fût-il cosmétique. Certains États membres, particulièrement les pays nordiques, pensent qu'il serait plus intéressant d'évaluer si les ingrédients cosmétiques ou les substances chimiques présentes dans le produit ont un rôle essentiel. Par exemple, les microplastiques ont un rôle primordial pour la structure, la solidité, la stabilité du mélange des produits non-rincés. Les discussions pourraient ainsi prendre une tonalité fonctionnelle autour de l'utilisation critique pour le produit, plutôt que politique ou philosophique...

Les scénarios possibles

Quels sont les options en cas de proposition de restriction ?

- Pour des substances chimiques avec des classes de dangers préoccupantes, l'approche générique mène vers l'interdiction avec des dérogations possibles. C'est à ce stade que l'industrie peut soulever, ou pas, le principe de l'essentialité de l'utilisation.
- Pour des substances évaluées au cas par cas, la restriction est basée sur l'évaluation des risques

spécifiques et non génériques. Dans ce cas, les autorités doivent prouver un niveau de risque inacceptable. Vient alors la question de la disponibilité des alternatives.

- Si on est en présence de risques, qu'il n'y a pas d'alternative, et que la substance est essentielle, la probabilité d'aller vers une exemption est plutôt importante. En revanche, s'il n'y a pas d'alternative, mais que la substance n'est pas considérée comme essentielle, on se penche plutôt vers le rapport coût/bénéfice. Si celui-ci est élevé, on peut entamer des discussions sur des dérogations ou des périodes de transition.

- Mais s'il y a un risque, des alternatives, et un rapport coût/bénéfice peu élevé, on va directement vers une restriction (communication, limites de rejet, reporting, étiquetage...).

La restriction des PFAS dans les utilisations non-essentiels

L'étendue de la restriction des PFAS fait figure de premier test du concept d'utilisation essentielle.

Ces substances sont sous le coup d'une forte pression politique. L'ECHA a entamé un travail d'évaluation depuis 2014, le Parlement européen a voté une résolution en 2000, les ONG se montrent très actives sur le sujet... Il est clair que les restrictions ne sauraient plus tarder.

La Stratégie chimique de l'Union européenne et le Plan d'action de l'UE sur les PFAS ont marqué l'engagement de restreindre les utilisations des PFAS non-essentiels dans le cadre de REACH. Des travaux préparatoires sont en cours, répartis entre plusieurs États membres : Pays-Bas, Danemark, Allemagne, Norvège, Belgique...

Mais c'est la Suède qui travaille sur une proposition de restriction des usages non-essentiels des PFAS dans les cosmétiques. Et cette proposition, *de facto*, façonnera la logique et les critères de l'"essentiel" qui s'appliqueront dans le contexte cosmétique.

"Et cela, peu importe si vous avez des PFAS dans votre portfolio ou pas, c'est une opportunité de participer aux discussions pour travailler sur les critères et d'en introduire qui soient rationnels et mesurables dans le domaine cosmétique", a conseillé Meglena Mihova.

Car la machine est en route, et, au gré des évaluations et des consultations publiques, sa trajectoire peut encore évoluer.

Pour preuve, la définition des PFAS dans la 1ère consultation était : "Substances contenant au moins un élément aliphatique -CF₂- ou CF₃".

Dans la 2e, elle est devenue : "substances fluorées qui contiennent au moins un atome de carbone aliphatique à la fois saturé et entièrement fluoré, c'est-à-dire tout produit chimique contenant au moins un groupe méthyle perfluoré (-CF₃) ou au moins un groupe méthylène perfluoré (-CF₂-), (-), y compris les groupes fluoroalkyle ramifiés et les substances contenant des liaisons éther, les polymères fluorés et les polymères fluorés à chaîne latérale".

La définition peut donc être affinée au fur et à mesure de l'avancement de la procédure, avec un impact non négligeable puisque certaines substances ne répondraient plus à la définition révisée !

À surveiller particulièrement, les travaux sur les PFAS en cosmétique de la Suède, qui a demandé des informations sur le tonnage, les émissions et les rejets dans l'environnement, les fonctions dans les produits cosmétiques, les mesures de gestion des risques pour minimiser l'utilisation, l'exposition humaine, les rejets dans l'environnement (y compris pendant la), l'existence et la durée des programmes d'approbation légale pour les alternatives et le temps nécessaire à la transition, l'impact socio-économique si les PFAS sont interdits dans 3 ans et 10 ans, la quantité totale de produits cosmétiques sur le marché de l'EEE...

Les premières conclusions de la Suède sont que, dans le cas des cosmétiques, les PFAS n'ont pas de fonctions uniques ni très importantes et qu'il existe beaucoup de produits cosmétiques sans PFAS dans les mêmes catégories.

“Il faut participer aux consultations pour s’assurer que la situation avance d’une façon harmonieuse”, a insisté Meglena Mihova.

Une substance, une évaluation

Ce nouveau concept est porteur d’un chamboulement dans l’évaluation des substances.

Aujourd’hui, les évaluations sont effectuées par divers acteurs (Agences, Comités, etc.) et à différents moments.

Cette nouvelle approche signifie :

- une coordination des évaluations et de leurs priorités,
- une planification des évaluations pour garantir une action coordonnée,
- une répartition claire des responsabilités,
- une rationalisation de l’utilisation de l’expertise et des ressources,
- une réattribution des travaux techniques et scientifiques aux agences européennes, y compris ceux du CSSC.

“On est habitué au schéma dans lequel la DG Grow et la Commission maîtrisent tout ce qui est fait dans le domaine des cosmétiques, dans le cadre d’une discussion ouverte. Si le travail scientifique d’analyse des risques est transféré à l’ECHA ou à un autre comité, à quel moment va-t-on inclure les aspects d’essentialité?”, s’est interrogé Meglena Mihova.

En conclusion, elle a répété son message récurrent tout au long de sa présentation : *“Suivez de près ce qui se passe. Ce ne sont pas des concepts tout à fait abstraits, ce sont aussi des propositions concrètes. Préparez vos données et participez aux consultations pour pouvoir être pertinents dans les discussions”.*

STRATÉGIE SUBSTANCES CHIMIQUES POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE : LA COMMISSION EUROPÉENNE PUBLIE LA FEUILLE DE ROUTE DES RESTRICTIONS

Le 25 avril 2022, la Commission européenne a publié sa “Feuille de route des restrictions” des substances chimiques dangereuses dans le cadre de sa “Stratégie Substances chimiques pour le développement durable”. Ce document est destiné à informer sur les travaux en cours concernant les futures restrictions dans le cadre de la législation européenne sur les produits chimiques, avec priorité aux groupes de restrictions des substances les plus dangereuses pour la santé humaine et l’environnement.

La stratégie européenne en matière de produits chimiques pour le développement durable (CSS) vise à donner la priorité aux substances cancérigènes, mutagènes et reprotoxiques (CMR), aux perturbateurs endocriniens, aux substances persistantes, bioaccumulables et toxiques (PBT) et très persistantes et très bioaccumulables (vPvB), aux immunotoxiques, aux neurotoxiques, aux substances toxiques pour certains organes et aux sensibilisants respiratoires en vue de restrictions (de groupe) pour toutes les utilisations.

Pour faciliter cette action, la Commission a préparé cette feuille de route sur les restrictions afin de classer par ordre de priorité ces substances pour des restrictions (par groupe) dans le cadre de REACH.

Dans sa conclusion sur la CSS, le Conseil a spécifié qu’il :

- soutient l’établissement d’un ordre de priorité pour les restrictions concernant les substances chimiques les plus dangereuses, qui doivent être couvertes par l’approche générique pour toutes les utilisations et par le regroupement en tant que solution provisoire jusqu’à ce que l’extension de l’approche générique de la gestion des risques soit pleinement mise en œuvre,
- souligne que les États membres devraient également être en mesure d’initier des restrictions sur la base de cette approche.

Objectifs de la feuille de route des restrictions

La feuille de route des restrictions a trois objectifs principaux :

- s’assurer que les engagements pris dans le cadre de la CSS peuvent être respectés de manière transparente et en temps voulu ; la liste évolutive incluse dans le document présente les restrictions qui ont été planifiées et préparées, ainsi que celles qui ont progressé, en particulier pour les substances les plus nocives ;
- fournir une vue d’ensemble de l’utilisation des ressources disponibles ; la liste permanente contient des (groupes de) substances qui sont envisagées pour une mesure de gestion des risques ou pour lesquelles une entrée dans le registre des intentions (RoI) a été soumise ;
- fournir aux parties prenantes une transparence sur le travail de restriction des autorités et permettre aux entreprises d’anticiper les restrictions (potentielles) à venir, par exemple en commençant déjà les activités de substitution.

Ces restrictions visent à maximiser la réduction des risques chimiques inacceptables avec toutes les ressources disponibles, grâce à des restrictions plus larges, à la fois en regroupant les substances et en s’adressant à un éventail plus large d’utilisations (utilisations industrielles, professionnelles, de consommation et dans des articles).

La liste continue de (groupes de) substance(s) pour une restriction

La Rolling List (liste continue) se compose de trois pools de (groupes de) substances pointant actuellement vers l'hypothèse réglementaire de restriction, avec échéancier à la clé :

- Pool 0 : Restrictions déjà dans le RoI, mandat fourni à l'ECHA ou dossier de restriction récemment soumis (par exemple, les PFAS),
- Pool 1 : Restrictions prévues mais pas encore sur le RoI,
- Pool 2 : Restrictions potentielles (par exemple, le formaldéhyde et les libérateurs de formaldéhyde).

La Commission souligne que la liste continue sera régulièrement réexaminée et que des investigations supplémentaires peuvent conduire à des changements dans les mesures réglementaires de gestion des risques prévues. Par conséquent, cette liste est évolutive par nature et les substances couvertes par la feuille de route des restrictions peuvent finalement ne pas faire l'objet de restrictions dans la pratique et être retirées de la liste tandis que d'autres substances peuvent y être ajoutées.

Sources

- **Sustainable Chemicals: The Commission advances work on restrictions of harmful chemical substances**, Commission européenne, Direction générale pour le Marché intérieur, l'industrie, l'entrepreneuriat et les PME, News, 25 avril 2022
- **Commission Staff Working Document, Restrictions Roadmap under the Chemicals Strategy for Sustainability**, SWD(2022) 128 final, Commission européenne, 25 avril 2022

DU GREEN DEAL À L'ÉCOCONCEPTION ET À LA NOTATION ENVIRONNEMENTALE

Le Pacte vert européen, ses actions pour le climat, son but de protection de l'environnement et des océans, ses incitations à l'économie circulaire... ont de nombreuses répercussions qui se traduiront par de nouvelles obligations pour l'industrie cosmétique. L'une d'entre elles, la notation de la performance environnementale, a été présentée par Sybille Millet, Chargée de veille réglementaire, lors de la JEST qui s'est tenue le 23 septembre 2022.

Le Pacte Vert pour l'Europe a pour objectif la mobilisation des différents secteurs économiques en faveur d'une économie propre et circulaire. Il prévoit également qu'il faut que des informations fiables, comparables et vérifiables soient disponibles pour permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus durables et pour réduire le risque d'"écoblanchiment".

La notation environnementale intervient ainsi dans le contexte de plusieurs réglementations en préparation, et notamment :

- l'obligation d'étayer les allégations qui sont en lien avec la performance environnementale des produits et des entreprises : le projet de texte mentionne clairement l'utilisation de la méthode PEF (pour Product Environmental Footprint) ;
- le projet de Règlement sur l'écoconception ;
- le projet de Directive "pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition écologique grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et à de meilleures informations", dont toute une partie vise les allégations environnementales.

Le projet de Règlement sur l'écoconception

Il a été publié en mars 2022, et introduit plusieurs nouvelles notions comme :

- le passeport produit, un passeport digital fournissant de manière dématérialisée un certain nombre d'informations sur les caractéristiques du produit ;
- le numéro d'identifiant unique, faisant le lien entre le produit et ce passeport digital.

Ce projet de Règlement prévoit également :

- des exigences d'information pour le consommateur sur les caractéristiques environnementales du produit, de façon à lui permettre un choix éclairé,
- des exigences de performance, assorties de critères, de seuil ou d'objectifs à atteindre.

Le projet de Règlement sur l'écoconception étant très global, ces exigences et critères vont être définis secteur par secteur par des actes délégués, pris par la Commission européenne et les États membres. Mais des autorégulations sont envisagées, qui doivent permettre aux différents secteurs de s'organiser pour proposer leur propre initiative. Pour être acceptées, ces autorégulations devront respecter des critères de représentativité et de pertinence.

Le plan de travail pour l'élaboration de ces actes délégués court de 2022 à 2024. *"Il faut savoir que le secteur cosmétique n'est pas défini comme prioritaire", a indiqué Sybille Millet. "Ces travaux concerneront d'abord le textile, les matériaux de construction, les produits électroniques... Ce qui laisse à la cosmétique du temps pour réfléchir à ces exigences".*

Les critères d'écoconception

Les exigences d'information porteront sur plusieurs données, qui peuvent concerner de plus ou moins près le secteur cosmétique :

- la durabilité et la fiabilité du produit,
- la possibilité de réemploi,
- la possibilité d'amélioration, de réparabilité, d'entretien et de remise à neuf,
- la présence de substances préoccupantes, dont la définition prévue va beaucoup plus loin que celle de la loi AGECE, puisqu'au-delà des SVHC ou des perturbateurs endocriniens, le texte fait le lien avec la définition de substances préoccupantes de la stratégie chimique, ce qui pourrait inclure également les substances sensibilisantes,
- l'efficacité énergétique du produit et l'utilisation efficace des ressources,
- la présence d'éléments recyclés,
- le remanufacturage et le recyclage du produit,
- l'empreinte carbone et l'empreinte environnementale des produits, calculées par la méthode PEF qui a fait l'objet d'une Recommandation européenne,
- la production attendue de déchets.

“Ce sont là les critères définis au sens large”, a commenté Sybille Millet. “Il va y avoir un travail à faire au niveau de la cosmétique, pour définir quelles exigences d'information et quelles exigences de performance vont nous concerner”.

Les actes délégués

Ils vont être établis par groupes de produits, un d'entre eux concernera donc les cosmétiques. Chacun définira :

- les exigences d'écoconception, sachant que certains paramètres peuvent ne pas avoir d'exigences,
- les normes ou les méthodes d'essai, de mesure et de calcul à utiliser, qui doivent être fiables, précises et reproductibles,
- les dates de mise en œuvre, en tenant compte des impacts éventuels sur les PME,
- les périodes transitoires pour la mise sur le marché.

Les critères définis pour les auto-régulations

“L'autorégulation représente possibilité pour notre secteur d'être force de proposition et de défendre ce qui est pertinent pour la cosmétique”, a souligné Sybille Millet.

Sept critères sont à remplir.

L'ouverture à la participation

L'autorégulation proposée doit être ouverte à tous les metteurs sur le marché y compris de pays tiers. L'intention de la mettre en place doit être communiquée, ainsi que la liste de ses signataires.

La durabilité et la valeur ajoutée

La mesure d'autorégulation proposée doit contribuer aux objectifs du Règlement, à améliorer la durabilité environnementale des produits et garantir la libre circulation dans le marché intérieur.

La représentativité

Les entreprises et leurs associations qui participent à l'action d'autorégulation doivent représenter une large majorité du secteur. Le texte précise que la part du marché en volume des signataires doit être d'au moins 80 % des unités mises sur le marché. De plus, la législation de l'Union en matière de concurrence doit être respectée.

Des objectifs quantifiés et échelonnés

Les objectifs définis doivent être clairs et pertinents. Et dans le cas où ils couvrent une longue période de temps, ce qui peut être le cas pour certains critères, des objectifs intermédiaires doivent être inclus. Dans tous les cas, leur respect doit pouvoir être contrôlé avec des indicateurs clairs et fiables.

La participation de la société civile

Pour assurer la transparence, la mesure doit être rendue publique (par exemple en ligne) et ouverte aux commentaires des parties prenantes (Commission européenne, États membres, ONG, industrie, consommateurs...).

Le suivi et le reporting

Pour justifier du respect des objectifs, un plan de surveillance détaillé, transparent et objectif doit être défini, avec des responsabilités clairement identifiées. Un inspecteur indépendant (dont les critères d'habilitation doivent être définis) doit contrôler la conformité des signataires avec la mesure d'autorégulation. Un rapport de conformité sera rédigé chaque année.

Le coût et l'efficacité de la mesure

Le coût de la gestion de la mesure, notamment en matière de contrôle, ne doit pas entraîner une charge administrative disproportionnée, par rapport aux objectifs et aux autres dispositifs disponibles.

À noter encore que si la Commission estime que l'avancée est insuffisante, ou que les objectifs ne sont pas suffisamment pertinents, elle peut demander des mises à jour de la mesure proposée, voire reprendre la main pour définir ses propres objectifs et critères par un acte délégué.

La méthode PEF

La méthode PEF (Product Environmental Footprint - Empreinte environnementale des produits) est une méthode basée sur l'analyse du cycle de vie (ACV), destinée à quantifier les impacts environnementaux des produits. Elle a été développée par la Commission européenne dans sa Recommandation 2021/2279.

Son objectif est de fournir des informations environnementales reproductibles, comparables et vérifiables couvrant l'ensemble du cycle de vie du produit.

Elle repose sur un calcul multicritères (incluant les ingrédients et matières premières, le transport, la production, la distribution, l'utilisation, la fin de vie, la capacité à être recyclé...) et plusieurs indicateurs pour mesurer les impacts sur l'environnement comme l'empreinte carbone, la gestion de l'eau, la qualité de l'écosystème, l'utilisation des ressources naturelles et la santé humaine.

16 paramètres environnementaux ont été définis :

- pour les écosystèmes : l'acidification des sols, l'eutrophisation terrestre, en eau douce, en eau marine et l'écotoxicité ;
- pour la santé humaine : l'impact sur la couche d'ozone, l'impact sur la santé humaine liée au non à des effets cancéreux, le danger lié à l'inhalation de particules, la ionisation...
- pour le changement climatique : la contribution au réchauffement atmosphérique,
- pour les ressources naturelles : l'utilisation de ressources minérales, d'énergies non renouvelables, l'utilisation des sols, la consommation d'eau...

C'est sur ces bases que l'industrie a déjà commencer à travailler, notamment au travers du **Consortium EcoBeautyScore**, qui réunit aujourd'hui 57 entreprises et associations de la filière cosmétique.

ÉCOCONCEPTION DES PRODUITS DURABLES : LA COMMISSION CONSULTE SUR LES PRODUITS CONCERNÉS

La Commission européenne vient d'ouvrir une consultation publique pour recueillir des avis sur les catégories de nouveaux produits qui seront pris en compte de façon prioritaire par le futur Règlement sur l'écoconception des produits durables. Et les cosmétiques font partie des options envisagées.

Le 30 mars 2022, la Commission a adopté une **proposition de Règlement relatif à l'écoconception des produits durables**.

Cette proposition de Règlement, désigné par l'abréviation "ESPR", répond aux engagements pris tant dans le Pacte vert pour l'Europe que dans le plan d'action en faveur de l'économie circulaire visant à adapter le cadre réglementaire de l'UE à un avenir durable et à faire en sorte que les produits mis sur le marché de l'UE deviennent de plus en plus durables, en visant notamment à réduire les incidences environnementales des produits tout au long de leur cycle de vie.

Pour ce faire, elle entend étendre la Directive 2009/125/CE sur l'écoconception, qui s'applique uniquement aux produits liés à l'énergie, à un très large éventail de produits matériels.

La proposition permettra de définir des exigences d'écoconception sur un large éventail d'aspects, notamment :

- la durabilité des produits ainsi que la possibilité de les réemployer, de les améliorer et de les réparer ;

- la présence de substances qui entravent la circularité ;
- l'efficacité dans l'utilisation de l'énergie et des ressources ;
- la teneur en matériaux recyclés ;
- le remanufacturage et le recyclage ;
- les empreintes carbone et environnementale ;
- les exigences en matière d'information, y compris un passeport numérique des produits.

Les cosmétiques sur la liste

Cette consultation vise à recenser les nouveaux produits et les mesures horizontales qui ne relèvent pas actuellement du champ d'application de la Directive 2009/125/CE sur l'écoconception.

Elle s'appuie sur des évaluations préliminaires réalisées par le Centre commun de recherche de la Commission à l'issue desquelles 19 produits (parmi lesquels les produits cosmétiques) et des mesures horizontales ont été retenus comme étant susceptibles de faire l'objet d'une première action au titre de l'ESPR.

"Il s'agit d'une analyse préliminaire non contraignante pour la Commission : elle est rédigée sous toutes réserves quant à la liste définitive des produits figurant dans le premier plan de travail de l'ESPR. Les hypothèses et les conclusions restent sujettes à correction et à révision ultérieure", prévient la Commission.

Quand aux mesures horizontales envisagées, elles concernent la durabilité, la recyclabilité et la teneur en matières recyclées après consommation.

La consultation et ses suites

Dans un premier temps, la Commission sollicite l'avis du public dans le cadre de cette consultation, qui est ouverte jusqu'au 25 avril 2023.

Elle organisera ensuite des consultations ciblées, prévues pour le deuxième trimestre de 2023.

Un forum sur l'écoconception sera mis en place une fois que l'ESPR sera entré en vigueur. Il comprendra une participation équilibrée des représentants des États membres et de toutes les parties intéressées,

telles que le secteur industriel, les petites et moyennes entreprises et l'artisanat, les syndicats, les commerçants, les détaillants, les importateurs, les associations de protection de l'environnement et les organisations de consommateurs.

Enfin, la Commission procédera à de nouveaux cycles de consultation et à des analyses d'impact détaillées avant d'adopter toutes les règles spécifiques et horizontales au titre de ce Règlement.

Sources

• **Nouvelles priorités en matière d'écoconception pour des produits durables**, Donnez votre avis, Initiatives publiées, 31 janvier 2023

EMBALLAGES ET DÉCHETS D'EMBALLAGES : LA PROPOSITION DE RÈGLEMENT DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

Le 30 novembre 2022, la Commission européenne a publié sa proposition de Règlement sur les emballages et les déchets d'emballages. Ce texte de 118 pages (et son annexe de 36 pages) intervient dans le cadre du Pacte Vert pour l'Europe et a pour objectif de prévenir les déchets d'emballages, d'encourager la réutilisation et les recharges et de rendre tous les emballages recyclables d'ici à 2030.

Dans son communiqué de presse, la Commission européenne que chaque Européen génère en moyenne près de 180 kg de déchets d'emballages par an. L'emballage est l'un des principaux utilisateurs de matériaux vierges : 40 % des matières plastiques et 50 % du papier utilisé dans l'UE sont destinés à l'emballage. En l'absence d'action, l'UE connaîtrait une augmentation supplémentaire de 19 % des déchets d'emballages d'ici à 2030, et même de 46 % pour les déchets d'emballages en plastique.

C'est pour enrayer cette tendance que la Commission propose une profonde révision de la législation européenne sur les emballages et déchets d'emballages, avec trois objectifs principaux :

- limiter les emballages inutiles et promouvoir des solutions d'emballage réutilisables et rechargeables,
- rendre tous les emballages présents sur le marché de l'UE recyclables d'une manière économiquement viable d'ici à 2030,
- augmenter l'utilisation des plastiques recyclés dans les emballages grâce à des objectifs contraignants.

Les principales mesures

- **Réduire les déchets d'emballages de 15 % d'ici à 2040** par État membre et par habitant, par rapport à 2018. La Commission estime que cela entraînerait une réduction globale des déchets de près de 37 % dans l'UE par rapport à un scénario sans modification de la législation, à la fois grâce à la réutilisation et au recyclage.
- **Favoriser la réutilisation ou la recharge des emballages**, en imposant aux entreprises de proposer aux consommateurs un certain pourcentage de leurs produits dans des emballages réutilisables ou rechargeables.
- **Instituer un étiquetage des emballages** indiquant les matériaux qui les composent, leur réutilisabilité, leur contenu en matières recyclées.
- **Lutter contre les emballages manifestement inutiles**, en interdisant certaines formes d'emballage, comme bouteilles miniatures de cosmétiques dans les hôtels.
- **Rendre les emballages entièrement recyclables d'ici à 2030**, notamment en fixant des critères de conception.
- **Imposer des taux obligatoires de contenu recyclé** que les producteurs devront inclure dans les nouveaux emballages en plastique. À noter que les emballages cosmétiques sont classés dans les "emballages sensibles", qui bénéficient de dérogations à ces taux.

Les prochaines étapes

La Commission publie également un cadre d'action sur les plastiques biosourcés, compostables et biodégradables, précisant pour quelles applications ces matières plastiques sont réellement bénéfiques pour l'environnement et comment elles devraient être conçues, éliminées et recyclées.

Cette proposition de Règlement va maintenant être examinée par le Parlement européen et le Conseil, dans le cadre de la procédure législative ordinaire.

Le cadre d'action sur les plastiques biosourcés, biodégradables et compostables guidera les futurs travaux de l'UE sur cette question, par exemple pour les exigences en matière d'écoconception pour les produits durables, les programmes de financement et les discussions internationales.

La réaction de Cosmetics Europe

Dans un communiqué également daté du 30 novembre, l'association représentative de l'industrie cosmétique européenne indique soutenir les objectifs principaux de cette proposition de la Commission européenne.

Cosmetics Europe se réjouit notamment que les emballages cosmétiques aient été classés dans les packaging sensibles, notamment au regard des "plus hauts standards de qualité" qu'ils exigent.

Mais l'association émet aussi quelques réserves.

- Elle indique ainsi que certaines des exigences proposées en matière de minimisation des emballages pourraient conduire à la standardisation des emballages primaires et à la limitation de la différenciation des marques et de la présentation des produits. Elle estime donc qu'il est crucial de considérer le marketing et l'acceptation par le consommateur comme des caractéristiques essentielles de l'emballage et de les inclure dans la liste proposée de critères de performance.
- Elle note aussi que, compte tenu du manque de matériaux secondaires de haute qualité et des fluctuations de la chaîne d'approvisionnement, les objectifs de recyclage seraient plus faciles à atteindre si les pourcentages étaient appliqués à l'ensemble de l'entreprise/du portefeuille plutôt que par unité d'emballage.

En conclusion, Cosmetics Europe dit être prêt à engager les discussions avec la Commission pour *"garantir une industrie européenne durable sur le plan environnemental, mais aussi compétitive et innovante"*.

La réaction de Plastics Europe

Pour le représentant de l'industrie européenne du plastique, *"la proposition de Règlement sur les emballages et déchets d'emballage de la Commission européenne contient beaucoup d'éléments positifs et est à même de catalyser la transformation de l'industrie européenne de l'emballage plastique"*, mais Plastics Europe ajoute : *"les objectifs ambitieux du Règlement doivent être assortis de mesures d'accompagnement tout aussi ambitieuses en faveur de l'investissement et de l'innovation"*.

Plastics Europe se dit ouvert aux objectifs de réemploi proposés par la Commission mais doit encore évaluer la faisabilité, certains d'entre eux nécessitant une transformation des business modèles existants. L'association plaide aussi pour de la flexibilité dans l'atteinte des objectifs d'incorporation qui devrait, à son sens, pouvoir se faire en moyenne et non pas emballage par emballage.

Sources

- **Pacte vert pour l'Europe : En finir avec les déchets d'emballages, encourager la réutilisation et le recyclage**, Commission européenne, Communiqué de presse, 30 novembre 2022
- **Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on packaging and packaging waste, amending Regulation (EU) 2019/1020 and Directive (EU) 2019/904, and repealing Directive 94/62/EC**, Commission européenne, COM(2022) 677 final - 2022/0396 (COD), 30 novembre 2022
- **Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - EU policy framework on biobased, biodegradable and compostable plastics**, Commission européenne,

COM(2022) 682 final, 30 novembre 2022

• **Cosmetics Europe reacts to the Packaging and Packaging Waste Regulation Proposal**, Cosmetics Europe, Statement, 30 novembre 2022

• **Les objectifs ambitieux du Règlement sur les emballages et déchets d'emballage (PPWR en anglais) doivent être assortis de mesures d'accompagnement tout aussi ambitieuses en faveur de l'investissement et de l'innovation**, Plastics Europe, Communiqué de presse, 6 décembre 2022

LES ENJEUX DE LA RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES

À l'heure où la réduction et la recyclabilité des emballages ménagers, y compris cosmétiques, sont devenus des passages obligés, leur mise en œuvre n'en reste pas moins un challenge pour les entreprises. Entre exigences réglementaires et réalité des centres de tri, Marion Halby, Responsable des Affaires institutionnelles de Léko, et Nicolas Pont, Directeur Écoconception et Recyclage de Véolia, ont fait un point sur le sujet lors de la JEST 2002 organisée par Cosmed en septembre.

Léko est un éco-organisme qui s'inscrit dans une filière élargie des producteurs des emballages ménagers mise en place en 1992 sur le principe du pollueur payeur. Concrètement : à partir du moment où un emballage est mis sur le marché, le metteur sur le marché contribue financièrement à sa fin de vie (le coût de la collecte, le recyclage, la transformation), et ce de manière mutualisée, en payant une contribution à un éco-organisme, en charge ensuite d'organiser la filière et de redistribuer des soutiens financiers aux collectivités qui majoritairement, organisent la collecte et le recyclage.

Léko est agréé par l'État depuis 2017. Son fondateur, le groupe Reclay, est ainsi agréé cinq pays : Allemagne, France, Autriche, Slovaquie et Canada.

Aujourd'hui, 830 millions d'euros sont collectés annuellement par Léko au niveau de la filière, auprès de différents secteurs, dont celui de la cosmétique. Le verre représente 49 %, le plastique 23 %, les papiers-cartons 22 %... Les objectifs de recyclage sont fixés depuis dix ans à 75 %, et ne sont toujours pas atteints puisqu'ils n'ont été que de 72 % en 2021.

Léko a donc pour objectif de contribuer à atteindre l'objectif de 75 % d'emballages recyclés en France. Pour cela, l'éco-organisme travaille sur la collecte, le tri et le recyclage, mais aussi sur la réduction et le réemploi, au travers de l'écoconception, de la consigne, du réemploi ou du vrac.

Ses autres actions :

- la simplification des déclarations des entreprises à l'éco-organisme, ainsi que des barèmes et des processus,
- une meilleure information des consommateurs (notamment via la nouvelle signalétique de tri qui est entrée en vigueur cette année),
- la collaboration avec les autres filières REP, de façon pour proposer une démarche mutualisée aux entreprises qui dépendent de plusieurs filières,
- le développement des services à l'international,
- la concertation via la création de comités sectoriels, par industrie et par thèmes (consigne/réemploi, vrai, compostage...).

Les nouvelles réglementations

Elles se sont multipliées ces derniers temps, dans le sillage des nouvelles lois à visée environnementale. Marion Halby a fait un focus sur quatre d'entre elles.

La signalétique de tri

L'extension des consignes de tri (le changement de consigne pour ce qui peut être mis dans la poubelle jaune) a entraîné **une évolution de la signalétique qui doit être apposée sur l'emballage**. Elle a été validée par les pouvoirs publics le 9 septembre 2021.

Un délai a été prévu pour permettre aux metteurs sur le marché de mettre en conformité leurs emballages (jusqu'au 8 septembre 2022), et un délai supplémentaire a été accordé pour l'écoulement des emballages fabriqués ou importés avant le 9 septembre 2021, jusqu'au 8 mars 2022.

Il a été précisé ensuite que les metteurs sur le marché de produits cosmétiques finis ont la possibilité de mettre sur le marché les produits avec un emballage non porteur de l'info-tri après le 9 mars 2023, et

ce sans date limite, si ces emballages ont été fabriqués avant le 9 septembre 2022 et cédés au metteur sur le marché ou à son sous-traitant avant le 9 mars 2023 (qu'ils aient ou non été remplis à cette date). La nouvelle info-tri peut être apposé en version picto, en version écrite ou en version multi-pays.

Le Décret sur les caractéristiques environnementales des produits

Le **Décret du 29 avril 2022** a pour objet de fournir aux consommateurs de l'information sur les conditions relatives à la meilleure prévention et gestion des déchets.

Concernant les emballages, les informations à donner portent sur la compostabilité, l'incorporation de matières recyclées, les possibilités de réemploi de l'emballage et la recyclabilité.

L'obligation concerne les metteurs en marché qui vendent au moins 10 000 produits, avec un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros par an.

Pour la première fois, ce décret précise ce qu'on entend recyclabilité. Un emballage recyclable est ainsi un emballage :

- qui a été collecté et trié ;
- qui ne comporte pas de perturbateurs de tri ;
- qui a une majorité en masse de matières recyclées : au-dessus de 50 %, l'emballage peut être qualifié de "majoritairement recyclable" ; au-dessus de 95 %, d'"entièrement recyclable" ;
- dont la filière de recyclage existe à l'échelle industrielle.

L'information doit être à disposition du consommateur au moment de l'achat, *a minima* par voie électronique, sur le site internet ou sur un site dédié.

Le Décret sur les emballages réemployés

Le **Décret du 8 avril 2022** introduit une autre obligation concernant le réemploi.

Le texte donne une définition de ce qu'est un emballage réemployé ou réutilisé, qui sera qualifié comme tel :

- à partir de sa deuxième utilisation (deuxième rotation),
- s'il est utilisé pour un usage de même nature (et donc pas forcément exactement pour le même produit, ce qui laisse une marge d'interprétation de ce qu'est la même nature),
- si le système de retour est organisé par ou pour le producteur (une réutilisation par le consommateur dans sa salle de bain n'entre pas dans le cadre de la définition),
- si la traçabilité de la réutilisation est effective.

Le texte précise que le vrac et la recharge sont inclus dans ce qui peut être défini comme un emballage réemployé.

Ces dispositions portent sur les emballages ménagers mais aussi à usage professionnel (industriel ou commercial).

Les proportions minimales d'emballages à réemployer (et leurs dates d'échéances) varient en fonction du chiffre d'affaires des entreprises.

Autre obligation : les emballages réemployables devront être recyclables. Et logiquement, ils seront dispensés de contribution, puisqu'ils ne représenteront plus de coût de gestion de leur fin de vie. Seule leur première mise en marché contribue à la REP.

Le plan de prévention et d'écoconception

Suite aux dispositions de l'Article 72 de **la loi AGECE**, le metteur en marché doit réaliser un plan de prévention et d'écoconception tous les cinq ans et le transmettre à son éco-organisme. Celui-ci fait ensuite une synthèse des tous les plans reçus, qu'il transmet aux pouvoirs publics.

Le plan devra comprendre des notions sur la réduction et le réemploi, l'origine des matières premières (et la réduction des ressources non renouvelables), la consommation de matières recyclées et la recyclabilité. Sa forme, toutefois, reste libre, et les éco-organismes peuvent accompagner les entreprises dans leur élaboration.

Les enjeux du recyclage

Le secteur de la cosmétique utilise des emballages multiples, en plastique pour 45 % d'entre eux, en papier-carton (36 %), en verre (12 %), en aluminium (5 %) et en acier (2 %).

“Au vu de cette multiplicité, il est difficile aujourd'hui de donner une seule guideline pour l'écoconception d'un emballage cosmétique”, a souligné Nicolas Pont.

Le fonctionnement du recyclage

Il faut savoir que de nombreux critères ont un impact sur la recyclabilité d'un packaging :

- la taille,
- la forme,
- les matériaux et les additifs utilisés,
- la composition globale de l'emballage, qui peut comprendre des pompes, des ressorts, des bouchons...,
- les décorations : la métallisation, les vernis, les effets dorés,
- les encres, l'étiquette, la colle...

“Dans les critères de recyclabilité définis par la loi, on oublie souvent le centre de tri, qui récolte le contenu des poubelles jaunes. Il est équipé de beaucoup de matériel industriel, et notamment des tris optiques, ces yeux électroniques qui vont reconnaître notamment la matière plastique et la séparer du papier-carton. C'est ce point qui est vraiment le plus critique à l'heure actuelle en termes d'écoconception”, a indiqué Nicolas Pont.

Car un emballage recyclable ne sera recyclé que s'il arrive à passer le stade du centre de tri. Et s'il n'est pas triable, il ne sera pas recyclé, même s'il est recyclable. Il entrera dans les “refus de tri” et sera soit incinéré soit mis en décharge.

La triabilité des plastiques est le plus généralement perturbée par des plastiques différents du plastique de l'emballage lui-même, par la métallisation du plastique du bouchon, le plastique particulier d'une pompe, par le plastique PET de l'étiquette sur un emballage d'un flacon en PEHD (si l'étiquette est trop grande, le centre de tri risque de détecter l'ensemble en PET)...

S'assurer de la recyclabilité d'un emballage

Il y a tellement de paramètres à prendre en compte que pour Nicolas Pont, la seule solution fiable pour savoir si l'emballage va réellement pouvoir être recyclé est de le tester, soit en centre de tri, soit en laboratoire. Une étape indispensable pour pouvoir alléguer en toute sécurité, et en disposant d'une preuve justifiant l'allégation.

Et il peut aussi ne pas être inutile de passer par un stade de certification. Pour cela, Véolia utilise le référentiel RecyClass, un protocole validé par les recycleurs de plastiques qui permet d'avoir un certificat à la fin des tests, avec un scoring autorisant ensuite d'alléguer d'une recyclabilité de l'emballage. Il fait autorité partout en Europe.

Les solutions de réduction et de recyclage

Pour améliorer la recyclabilité, il apparaît donc primordial d'intégrer l'écoconception dès les premières phases de développement des emballages, en tenant compte du fonctionnement actuel des filières de recyclage existantes (par exemple, en utilisant des résines plastiques reconnues par les centres de tri à la place de résines techniques).

C'est aujourd'hui l'action à privilégier pour garantir le recyclage des emballages cosmétiques. Car il en existe d'autres, mais qui sont encore à développer ou difficiles à mettre en œuvre.

On peut ainsi penser à des collectes spécifiques pour certains types d'emballages (comme ceux des rouges à lèvres), trop petits pour être captés dans les centres de tri. Un tri uniforme à la source dans des points de collecte dédiés permet d'envoyer les emballages directement dans une usine de transformation sans avoir besoin de passer par l'étape du centre de tri. Quelques initiatives ont vu le jour dans ce sens mais cette option reste encore largement à développer.

Une autre solution serait l'adaptation des centres de tri pour capter des résines qui ne le sont pas aujourd'hui, les emballages de petite taille ou ceux qui ont une couleur ou une étiquette spécifique. Mais cette option nécessite une évolution de la réglementation (standards de l'agrément...), l'adaptation des outils industriels, l'uniformisation des règles de tri sur l'ensemble du territoire et un développement de la filière pour favoriser la demande de matière recyclée. Une solution qui ne peut donc être mise en œuvre que sur le long terme.

La recyclabilité de l'emballage passerait donc aujourd'hui par trois étapes clés :

- l'écoconception,
- les tests,
- la certification.

RÉVISION DE LA DIRECTIVE SUR LE TRAITEMENT DES EAUX URBAINES : LA COMMISSION EUROPÉENNE VEUT FAIRE PAYER LE SECTEUR COSMÉTIQUE

Dans le cadre de la mise en œuvre du Pacte vert pour l'Europe, la Commission propose de nouvelles règles pour améliorer la qualité de l'air et de l'eau, notamment par le biais de la révision de la Directive relative au traitement des eaux urbaines résiduaires. Avec une nouvelle disposition pour faire entrer les micropolluants provenant des produits cosmétiques dans le champ d'application de ce texte, et faire payer leur élimination par l'industrie.

Selon la Commission européenne, les règles plus strictes qu'elle propose concernant l'air ambiant, les polluants des eaux de surface et des eaux souterraines, ainsi que le traitement des eaux urbaines résiduaires permettront d'obtenir des bénéfices dans les domaines de la santé, des économies d'énergie, de la production alimentaire, de l'industrie et de la biodiversité.

La Commission propose à la fois de renforcer les niveaux autorisés de polluants et d'améliorer la mise en œuvre afin que les objectifs de réduction de la pollution soient plus souvent atteints dans la pratique. Une avancée notable dans la réalisation de l'ambition "zéro pollution" du Pacte vert pour l'Europe, qui vise à rendre l'environnement exempt de toute pollution nocive d'ici 2050.

Traitement des eaux : le principe du "pollueur-payeur" appliqué à la cosmétique

La révision de la Directive sur le traitement des eaux urbaines résiduaires prévoit l'obligation de récupérer les nutriments présents dans les eaux résiduaires, de nouvelles normes pour les micropolluants et de nouvelles exigences pour les microplastiques.

À l'heure actuelle, des micropolluants tels que les résidus provenant de produits pharmaceutiques et cosmétiques ne sont pas couverts par la Directive.

"Étant donné que 92 % de micropolluants toxiques présents dans les eaux résiduaires de l'UE proviennent de produits pharmaceutiques et cosmétiques, un nouveau régime de responsabilité élargie des producteurs obligera les producteurs à supporter le coût de leur élimination. Cette mesure est conforme au principe du 'pollueur-payeur' et encouragera la recherche et l'innovation dans le domaine des produits sans substances toxiques, tout en rendant le financement du traitement des eaux résiduaires plus équitable", explique la Commission.

Protection des eaux : l'introduction de nouveaux polluants

La Commission propose également de mettre à jour les listes de polluants de l'eau à contrôler plus strictement dans les eaux de surface et les eaux souterraines.

25 substances ayant des effets problématiques bien documentés sur la nature et la santé humaine seront ajoutées aux listes, parmi lesquelles les PFAS.

Selon la Commission européenne, l'ensemble des mesures proposées devraient, d'ici à 2040 :

- faire économiser près de 3 milliards d'euros par an dans l'UE,
- réduire les émissions de gaz à effet de serre dans le secteur du traitement des eaux de plus de 60 % par rapport à 1990,
- diminuer la pollution de l'eau (matières organiques, azote et phosphore) de plus de 365 000 tonnes par an,
- réduire les émissions de microplastiques de 9 % par an.

Deux consultations sont ouvertes, l'une sur **les règles pour le traitement des eaux**, l'autre pour **la révision des listes de polluants**, jusqu'au 25 décembre 2022.

Les propositions de la Commission seront examinées par le Parlement européen et le Conseil dans le cadre de la procédure législative ordinaire. Une fois adoptées, elles prendront effet progressivement, avec des objectifs différents pour 2030, 2040 et 2050, ce qui, conclut la Commission, *“laissera à l'industrie et aux autorités le temps de s'adapter et d'investir si nécessaire”*.

Sources

- **Pacte vert pour l'Europe: la Commission propose des règles pour améliorer la qualité de l'air et de l'eau**, Commission européenne, Coin presse, Communiqué de presse, 26 octobre 2022
- **Questions et réponses sur les nouvelles règles de l'UE relatives au traitement des eaux urbaines résiduaires**, Commission européenne, Coin presse, Questions et réponses, 26 octobre 2022
- **Water pollution - EU rules on urban wastewater treatment (update)**, Commission européenne, Have your say, Published initiatives, 27 octobre 2022
- **Integrated water management - revised lists of surface and groundwater pollutants**, Commission européenne, Have your say, Published initiatives, 27 octobre 2022

LE PROJET DE RÈGLEMENT "ZÉRO-DÉFORESTATION" ET SES IMPACTS SUR LA COSMÉTIQUE

Comme tant d'autres réglementations européennes à visée environnementale, il est une des conséquences du Pacte Vert que la Commission européenne a présenté fin 2019. Celle-ci a pour but de lutter contre la déforestation, particulièrement la déforestation "importée". Sybille Millet, de Cosmed, l'a présenté lors des Rencontres réglementaires du 21 mars 2023. Le projet de texte et l'arbre que cache la forêt : l'impact important que ce Règlement va avoir sur la cosmétique, et notamment sur certaines de ses matières premières.

Ce projet de Règlement européen vise à lutter contre la destruction ou la dégradation des forêts en Europe et dans le monde (la déforestation "importée"), par le soutien aux produits qui ne leur nuisent pas, conformes aux législations locales et issues de filières "deforestation-free".

Les ressources concernées

Le texte cible sept produits de base, comme le café, le bois ou le caoutchouc, mais aussi, pour ce qui concerne plus directement la filière cosmétique, l'huile de palme, le cacao et le soja.

Ce qui inclut pour chacun leurs produits dérivés :

- pour l'huile de palme : huile de palme et de palmiste même raffinée mais non chimiquement modifiée, tourteau, noix, acides et alcool gras, acide stéarique, acide palmitique, acide oléique, glycérol ;
- pour le cacao : beurre, graisse de cacao, fèves, coques, pellicules, autres déchets du cacao ;
- pour le soja : fève, huile même raffinée mais non chimiquement modifiée, tourteau et autre résidu solide résultant de l'extraction de l'huile.

Le plus gros impact de ce projet de Règlement sur la filière cosmétique réside bien sûr dans le ciblage de l'huile de palme. Et il faut savoir que si celle de la filière RSPO est largement favorisée par l'industrie, il en existe plusieurs grades, et que le "mass balance", le plus utilisé, ne permet pas aujourd'hui de satisfaire aux exigences fixées par le texte, puisqu'il n'apporte pas suffisamment de données de traçabilité. Les deux seuls grades qui seraient conformes sont les "Segregated" et "Identity Preserved".

"On peut craindre un potentiel engorgement au niveau de ces matières premières, et se poser la question de leur disponibilité à grande échelle, puisque ce qui est utilisé aujourd'hui de façon volontaire par la filière cosmétique deviendrait demain obligatoire", a commenté Sybille Millet.

Les acteurs impactés

Le texte prévoit deux niveaux d'obligation, pour les opérateurs d'une part et pour les commerçants d'autre part.

- Les opérateurs, c'est-à-dire toutes les personnes physiques ou morales qui, dans le cadre d'une activité commerciale, mettent les produits concernés sur le marché de l'Union ou les exportent depuis le marché de l'Union, ont un devoir de "Due diligence" (diligence raisonnable ou de contrôle approprié).
- Les commerçants, c'est-à-dire toutes les personnes de la chaîne d'approvisionnement autre que les opérateurs qui, dans le cadre d'une activité commerciale, mettent à disposition sur le marché de l'Union les produits concernés, ont, eux, un devoir de collecte d'informations.

"Ce qu'il faut retenir, c'est que ces mesures vont impacter principalement les fournisseurs de matières premières", a indiqué Sybille Millet. *"Mais pour les fabricants de produits cosmétiques, il y a quand même un devoir de due diligence au niveau de la conformité de ses fournisseurs".*

Ce qui signifie concrètement des données à récolter pour vérifier que les fournisseurs de matières premières sont bien conformes, et une réflexion à mener sur les filières disponibles comme sur la disponibilité de ces matières premières.

La procédure de due diligence

La procédure décrite dans le projet de Règlement est obligatoire pour la mise sur le marché et l'export des produits, et comprend trois étapes :

- 1. la collecte d'informations, pour réunir les données de traçabilité sur toute la filière de façon à déterminer si elle est conforme,
- 2. l'évaluation du niveau de risque, pour identifier les potentiels de non-conformité,
- 3. la limitation des risques, en mettant en place de bonnes pratiques de façon à s'assurer que les matières premières et les produits sont conformes.

Trois niveaux de risques sont définis (faible, standard, élevé) et la Commission européenne a prévu de publier une cartographie de zones caractérisées selon leur niveau de risque, celles à risque faible ouvrant la voie à une procédure simplifiée.

Les données de due diligence devront être disponibles et transmissibles de façon électronique, pour une mise à disposition durant cinq ans.

La Commission doit également publier un guide à l'intention des opérateurs pour préciser ces obligations.

Le reporting

Il sera intégré dans un reporting extra financier, particulièrement pour les grandes sociétés de plus de 500 salariés (les PME en seraient exemptées), qui auraient l'obligation de rendre publiques chaque année leurs procédures de due diligence.

Le calendrier

Ce projet est en cours de finalisation au niveau du Parlement et du Conseil européen, un accord politique provisoire ayant été trouvé en décembre 2022. La publication est attendue durant cette année 2023, avec une entrée en vigueur 18 mois plus tard.

L'entrée en application des mesures, sera, elle, échelonnée.

Il faudra d'abord s'assurer que les produits concernés contiennent ou ont été fabriqués avec des matières premières produites sur des terres "deforestation-free".

La due diligence serait obligatoire à partir de 2025, et le reporting est attendu pour 2026 (sur l'exercice 2025).

Des objectifs de contrôle seront donnés aux États membres, qui devront mettre en place un système dédié.

Pour aller plus loin

- Voir **le projet de texte**, sur le site Internet de la Commission européenne

QUELLES RESTRICTIONS À PRÉVOIR POUR LES MICROPLASTIQUES ?

Définition très large, champ d'application très vaste, périodes de transition très courtes... La proposition de restriction des microplastiques, publiée par l'ECHA en janvier 2019, pourrait avoir un impact particulièrement lourd sur le secteur cosmétique. Lors du Congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu à Chartres les 6 et 7 novembre 2019, Meglena Mihova, du cabinet de conseil EPPA, est venue présenter le contenu de cette restriction, le chemin qu'il reste à parcourir avant qu'elle soit applicable, et les initiatives qu'il est encore temps de prendre pour tenter d'éviter le pire...

"Elle s'inscrit dans le cadre de REACH, mais cette proposition de restriction des microplastiques peut avoir un effet de tsunami sur l'industrie cosmétique", a annoncé d'entrée Meglena Mihova pour planter le décor.

La restriction proposée par l'ECHA

La cosmétique a maintenant l'habitude de voir des restrictions s'appliquer pour des substances dont le danger a été identifié, par exemple pour les CMR. Le contexte est bien différent ici.

La restriction vise des particules solides contenant des polymères, du fait de leur petite taille et de leur potentiel à être facilement ingérées et à arriver dans la chaîne alimentaire. Elles sont de plus ciblées à cause de leur grande résistance associée à leur très lente biodégradabilité, ce qui fait qu'une fois dans l'environnement, elles peuvent y rester présentes très longtemps et qu'elles sont pratiquement impossibles à éliminer. Les microplastiques sont ainsi considérés comme des substances sans seuil de sécurité, similaires aux PBT / vPvB (Persistant, Bioaccumulable et Toxique / très Persistant très Bioaccumulable).

Pour résoudre ce problème de l'accumulation des microplastiques dans l'environnement, la Commission européenne a voulu commencer à agir en ciblant les polymères utilisés dans tous les secteurs industriels de façon intentionnelle. D'où sa demande à l'ECHA de préparer une mesure de restriction.

La définition

Elle est la base pour identifier si des substances ciblées par cette restriction sont présentes dans un produit. *"Elle est très simple, et elle pose en même temps beaucoup de problèmes"*, a souligné Meglena Mihova.

Selon cette définition, un microplastique est un matériau constitué de particules solides contenant des polymères, auxquelles des additifs ou d'autres substances peuvent avoir été ajoutés, et dans lequel plus de 1 % de particules ont toutes leurs dimensions entre 1 nm et 5 mm, ou pour les fibres, une longueur entre 3 nm et 15 mm et un rapport longueur / diamètre >3.

"Il s'agit donc de particules solides, et c'est un aspect fondamental", a souligné Meglena Mihova, *"tout comme la caractéristique de polymère, qui doit être comprise au sens de l'Article 3, Paragraphe 5 du Règlement REACH"*.

Soit "une substance constituée de molécules se caractérisant par la séquence d'un ou de plusieurs types d'unités monomères. Ces molécules doivent être réparties sur un éventail de poids moléculaires, les écarts de poids moléculaire étant dus essentiellement aux différences de nombres d'unités monomères. Un polymère comprend une simple majorité pondérale de molécules contenant au moins trois unités monomères liées par covalence à au moins une autre unité monomère ou à une autre substance réactive ou une quantité inférieure à une simple majorité pondérale de molécules présentant le même poids moléculaire".

Et ces définitions sont d'autant plus fondamentales qu'il n'existe pas à ce jour de liste officielle des substances visées par la restriction : seules leur taille et leur dimension comptent.

Mais il faut noter aussi que la définition d'un microplastique est actuellement discutée par les comités de l'ECHA : elle est donc à considérer comme un point de départ pour un premier screening des substances aujourd'hui, mais pas forcément comme la définition définitive.

Le champ d'application de la restriction

La proposition couvre tous les microplastiques ajoutés intentionnellement dans les produits de consommation. Elle concerne la mise sur le marché des microplastiques en tant que substances, dans un mélange, à une concentration > 0,01% en poids.

“Attention”, a averti Meglena Mihova, “dans le cadre de REACH, la notion de mise sur le marché est différente de celle qui prévaut au sens du Règlement Cosmétiques, puisqu'elle couvre non seulement la première mise sur le marché, mais aussi la mise à disposition. Ce qui signifie que les stocks de produits déjà vendus ne seront plus utilisables après l'entrée en application de la restriction, ce qui suppose de bien anticiper ses impacts dans la chaîne de distribution”.

Tous les secteurs économiques fournissant des biens de consommation sont touchés, mais les produits cosmétiques bénéficient de certains délais de transition :

- pour les microbilles dans les produits exfoliants ou les dentifrices, qui ont déjà fait l'objet d'un engagement d'élimination volontaire de l'industrie à partir de 2020 : l'ECHA propose une application immédiate, dès l'entrée en vigueur de la restriction (qui devrait être effective autour de 2021-2022) ;
- pour les autres produits rincés, comme les colorations capillaires, les masques, les shampooings : une période de transition de quatre ans après l'entrée en vigueur de la restriction est proposée,
- pour les produits non-rincés, comme les soins de la peau et des cheveux, le maquillage, les antitranspirants, les produits solaires et autobronzants, les soins des ongles : la période de transition serait de six ans.

Certaines dérogations sont néanmoins prévues, et notamment pour :

- les polymères présents dans la nature qui n'ont pas été modifiés chimiquement (autrement que par hydrolyse), ce qui concerne assez peu de substance : l'acétate de cellulose, par exemple, même s'il est d'origine naturelle, n'est pas concerné du fait de son processus de production ;
- les polymères biodégradables, mais on ne dispose pas aujourd'hui d'une définition de la biodégradabilité : certains critères provisoires pour la déterminer sont proposés, mais ceux qui prévaudront seront précisés en même temps que la restriction ;
- les mélanges contenant des microplastiques utilisés sur des sites industriels : cette dérogation concerne principalement les fournisseurs d'ingrédients ;
- les microplastiques dont les propriétés physiques sont modifiées de façon permanente lors de l'utilisation de la substance ou du mélange, de sorte que les polymères ne répondent plus à la définition d'un microplastique : *“cela doit être évalué au cas par cas, société par société, polymère par polymère”*, a souligné Meglena Mihova ;
- les microplastiques incorporés de manière permanente dans une matrice solide au moment de l'utilisation ;
- les agents filmogènes, à condition qu'ils ne rentrent pas dans le champ de la définition d'un microplastique, pourraient également faire partie de ces dérogations.

Dans tous les cas où une dérogation est applicable, les produits sont soumis à une obligation d'étiquetage et de déclaration annuelle, qui entrera en application un an et demi après l'entrée en vigueur de la restriction.

Le processus de la restriction

Cette restriction intervenant dans le cadre de REACH, elle suit des procédures et fait intervenir des interlocuteurs assez différents de ceux dont l'industrie cosmétique a l'habitude.

Elle émane donc de l'ECHA (l'Agence européenne des produits chimiques), mandatée par la Commission, et est gérée par la Direction Générale de l'Environnement.

Elle comporte trois aspects :

- un niveau de risque inacceptable,
- l'évaluation de la nécessité d'une action de l'Union européenne,
- une analyse des impacts socio-économiques.

L'ECHA propose, mais sa proposition entre ensuite dans un long processus d'examen critique et peut être révisée à plusieurs étapes avant qu'une décision définitive soit prise. La proposition (publiée le 25 janvier 2019) est d'abord soumise aux deux Comités indépendants de l'Agence : le comité d'évaluation des risques (CER) - Committee for Risk Assessment (RAC) et le Comité d'analyse socio-économique (CASE) - Committee for Socio-economic Analysis (SEAC).

Dans le même temps, parallèlement aux travaux des Comités, une première consultation publique a été ouverte pour six mois (elle s'est achevée le 20 septembre 2019), ce qui peut paraître déroutant puisque les Comités peuvent avoir une influence non négligeable sur la teneur de la proposition sur laquelle il est demandé aux parties prenantes de formuler des commentaires.

Le CER doit ensuite rendre son avis sur le risque, qui devrait être publié en mars 2020. Parallèlement le CASE rend un projet d'avis après analyse des bénéfices que la restriction peut apporter à la société en général, et l'impact de la mesure sur les quantités de microplastiques qui ne seraient plus rejetées dans l'environnement. Une autre consultation publique de deux mois suivra sur ces aspects, et devrait se prolonger jusqu'en mai-juin 2020.

Les deux Comités analysent le champ d'application de la proposition, ce qui signifie qu'il peut évoluer durant le processus d'examen. Ils étudient également l'efficacité de la restriction par rapport à d'autres mesures de gestion des risques, si elle permet de réduire le risque à un niveau acceptable, dans un délai raisonnable, avec des moyens proportionnels au risque... Ils prennent aussi en compte les éventuels dangers ou risques des alternatives, de même que leur faisabilité technique et économique. Enfin, ils prennent en compte l'avis d'un Forum, constitué des autorités de contrôle, sur l'applicabilité de la restriction.

À la fin de ce processus, les deux avis, du CER et du CASE, sont transmis à la Commission européenne. Celle-ci est tenue de faire une proposition d'amendement de l'Annexe XVII du Règlement REACH dans les trois mois suivant la réception des avis, mais en réalité, cela peut prendre de quatre à cinq mois. On l'attend donc vers septembre-novembre 2020.

Ce sera alors aux représentants des États membres du Comité REACH de voter sur cette proposition. Le vote est acté par majorité qualifiée, et aucune date limite n'est fixée pour qu'il intervienne. Trois réunions du Comité sont habituellement nécessaires pour y arriver.

“Vu la complexité du sujet et le champ d'application très large de la restriction, il est vraisemblable que le Comité REACH prendra du temps”, a commenté Meglena Mihova, “et ce alors que l'ECHA est déjà en retard sur le calendrier”.

Et tout ne sera pas terminé encore, puisque le Parlement européen et le Conseil ont un droit de veto de trois mois (sans toutefois avoir la possibilité de modifier le texte). Ce qui mène à une décision effective attendue entre la toute fin 2020 et le premier semestre 2021.

Influencer la décision finale

Le risque étant le rejet des microplastiques dans l'environnement, la logique réglementaire veut qu'au plus vite on interdit la source des rejets, soit la production des substances, au plus tôt on obtient un bénéfice pour la société puisqu'on diminue les rejets.

Les autorités vont donc faire l'analyse coût (de la non-utilisation de la substance) vs efficacité (diminution des rejets potentiels dans l'environnement).

Et les entreprises, tout comme les fédérations qui les représentent, ont tout intérêt à leur faire remonter toutes les informations sur les différents impacts de la restriction proposée, durant les différentes phases de consultation publique.

L'analyse des utilisations

Pour apporter une contribution, une entreprise doit d'abord :

- identifier les substances correspondant à la définition des microplastiques et vérifier leur utilisation,
- calculer les tonnages potentiellement rejetés dans l'environnement,
- évaluer les risques liés à l'utilisation de la substance,
- définir la fonction des microplastiques dans ses utilisations spécifiques (rôle technique dû à des exigences de performance, qualité ou durabilité, ou rôle lié aux performances du produit final...).

L'analyse des alternatives

Il est aussi important d'analyser la faisabilité technique et économique des alternatives, en prenant en compte :

- les incertitudes liées à la faisabilité technique,
- les changements requis dans le processus de production,
- la R&D nécessaire pour trouver des alternatives,
- les tests effectués pour vérifier les performances des alternatives,
- les résultats de performance : qualité, longévité, fonctionnalité, stabilité,
- les incidences sur l'environnement, la santé et la sécurité (ex. réduction/augmentation du risque...),
- la disponibilité économique des alternatives : volumes, choix des fournisseurs, droits de brevet,
- les répercussions sur les coûts : prix de l'alternative, impact sur le prix du produit final...

Des points d'autant plus importants que, selon les estimations de Cosmetic Europe, aucune alternative n'existe pour 85,5 % des formulations de produits cosmétiques !

L'analyse socio-économique

Dernières questions à considérer :

- la substitution relève-t-elle d'un processus d'innovation typique pour le secteur ?
- quels sont ses impacts économiques : réaction probable à la restriction, perte annuelle de ventes, "investissements perdus", coûts de reformulation, coûts d'étiquetage et de déclaration ?
- quels sont les impacts sociaux : augmentation du chômage, coûts salariaux, coûts de fonctionnement ?
- quels impacts économiques plus larges sont à prévoir : compétitivité, flux d'investissements internationaux, impact sur la R&D, impact sur les exportations ?...

Premières analyses : l'ECHA vs Cosmetics Europe

Tous ces impacts ont déjà été pris en compte par l'ECHA, qui a estimé que, si les produits cosmétiques non-rincés représentent environ 2 % des émissions totales de microplastiques ajoutés intentionnellement au produit, ils supporteront 79,3% du coût global de la restriction !

Et si 95 % du total des coûts de restriction sont liés à la reformulation, plus de 90 % sont supportés par les produits cosmétiques...

"L'ECHA a donc bien conscience du caractère disproportionné de cette restriction pour les cosmétiques, mais cela n'a pas eu de conséquence sur sa proposition, puisque les délais de transition sont toujours extrêmement courts", a commenté Meglena Mihova.

L'étude de Cosmetics Europe

De son côté, Cosmetics Europe a effectué sa propre analyse d'impact, au travers d'une étude auprès de 56 sociétés et associations nationales, et a dressé une liste des principaux impacts négatifs de cette proposition :

- une perte de performance des produits et une moindre durabilité,
- une pénurie de nombreux produits, certains produits non-rincés étant même menacés de disparition,
- une réduction du surplus, aboutissant à des prix plus élevés et moins de variété de produits,
- un désavantage concurrentiel provoquant des pertes d'emplois dans l'Union européenne,
- un détournement de ressources, de l'innovation vers la reformulation,
- un impact sur le positionnement des marques,
- une perte d'activité qui va se répercuter sur les clients détaillants et professionnels,
- une perte de recettes d'exportation hors de l'Union européenne,
- des coûts fixes liés à la restriction, risquant de toucher durement les entreprises, et particulièrement les PME,
- des impacts négatifs dans tous les pays de l'UE, en particulier l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France, l'Italie et l'Espagne.

Cosmetics Europe a également fait un comparatif des effets de la restriction proposée avec ceux qui ont suivis l'application de sa recommandation d'octobre 2015 visant à éliminer progressivement les microbilles dans les produits rincés à usage d'exfoliation et de nettoyage.

	Élimination progressive des microbilles	Interdiction des microplastiques
Nombre d'ingrédients	2	Minimum 19 - Jusqu'à 520
Nombre d'ingrédients par formulation	1	De 1 à 6 dans la plupart des cas
Fonction importante	Non, dans la majorité des cas	Oui, impact sur l'architecture des produits
Nombre de formulations	130	Minimum 30 000
Disponibilité des alternatives	Facile à identifier, disponible dans la majorité des cas Substitution 1: 1 possible	Aucune alternative pour 85,5 % formulations Substitution 1:1 impossible

L'élimination des microbilles a aussi abouti à l'arrêt de 56 % des formulations et 35,9 % des coûts engendrés sont liés à la R&D. Au final, la substitution pris plus de cinq ans et est toujours en cours !
"On voit bien que les quatre ans de transition prévus par l'ECHA pour les produits rincés, et les six ans pour les produits non-rincés sont largement insuffisants !", a déploré Meglena Mihova.

Les préoccupations de l'industrie cosmétique

Les bases de la proposition de restriction

Selon l'analyse de Cosmetics Europe :

- les données de l'ECHA ne sont pas cohérentes et comprennent des ingrédients qui sont hors du champ d'application de la restriction,
- les définitions et champ d'application sont très larges, impactant de très nombreux produits, avec un impact négatif sur la compétitivité des entreprises européennes sur les marchés internationaux,
- la mise en œuvre et l'efficacité de la mesure sont discutables,
- l'impact sur les fournisseurs d'ingrédients n'a pas été évalué,
- des impacts importants ont été sous-estimés : coûts et délais de reformulation, impact négatif pour

les PME dont 6 % font des produits de niche naturels et biologiques,

- le secteur des cosmétiques est touché de manière disproportionnée, en particulier en ce qui concerne les produits non-rincés.

La disponibilité des alternatives

Là encore, Cosmetics Europe a un avis bien différent de celui de l'ECHA.

Proposition de l'ECHA	Analyses de Cosmetics Europe
<ul style="list-style-type: none">• Ingrédients alternatifs pour tous les microplastiques - Les dérivés naturels sont une alternative appropriée• La performance technique des alternatives est reconnue mais n'est pas évaluée• La faisabilité économique n'est pas évaluée• Prix plus élevé des alternatives - Présume l'acceptation par le consommateur du prix élevé	<ul style="list-style-type: none">• Aucune alternative appropriée pour 85,5% des formulations- Pas d'alternative pour les non-rincés• Limites de performances, impacts environnementaux et problèmes de durabilité, alors que la performance technique est fondamentale• Alternatives pas disponibles en quantité suffisante pour répondre à la demande du marché de l'Union européenne• Hausse de prix prévue supérieure à 100 %, alors que le prix est le deuxième critère le plus important pour les consommateurs

Conclusion pour Cosmetics Europe : la substitution 1:1 n'est pas possible : la recherche fondamentale est nécessaire !

Les coûts de reformulation

Ils représentent plus de 95% de tous les coûts quantifiés de la restriction, et l'ECHA ne considère aucun coût de reformulation supérieur en cas d'absence d'alternative.

L'Agence se base sur les valeurs de référence du coût de reformulation des D4 et D5 (365 000 € pour une grande entreprise, 42 000 € pour une PME). *“Mais la situation n'a rien de comparable puisque ces montants sont liés à la substitution de deux ingrédients seulement !”,* a souligné Meglena Mihova. *“Cosmetics Europe prévoit environ 820 000 € de coûts de reformulation, dans le cas où il n'existe pas d'alternative et où la recherche fondamentale est nécessaire et 350 000 € pour les formulations avec alternatives disponibles”.*

En outre, les coûts de reporting et d'étiquetage seraient plus élevés que ceux estimés par l'ECHA.

Les temps de reformulation et les périodes de transition prévues

Autre source d'inquiétude : le temps nécessaire pour reformuler un produit est en moyenne de quatre ans et demi, mais il peut s'allonger jusqu'à 12 ans s'il n'y a pas d'alternative. De plus, le temps nécessaire au test de durée de conservation (de deux ans et demi à trois ans) doit être ajouté au temps de reformulation.

Or, cette restriction couvre des centaines de polymères (jusqu'à 520, selon les screenings de Cosmetics Europe) et oblige à reformuler des milliers de formules en même temps, dans un délai maximum de six mois... Conclusion de Cosmetics Europe : la capacité de reformulation est surestimée, et il est impératif de réduire les coûts qui y sont associés. L'association recommande donc une période de transition de neuf ans et demi pour les produits rincés et une dérogation pour les non-rincés.

Les impacts économiques plus larges

Les exportations vers les pays hors Union européenne sont supérieures à 21 milliards d'euros par an : la restriction réduira probablement fortement les exportations, étant donné que tous les principaux partenaires commerciaux n'appartenant hors Europe n'interdisent pas les microplastiques dans les produits non-rincés. Les entreprises européennes fournissant des produits sans microplastiques ont une petite part de marché et ne peuvent pas couvrir toutes ces exportations à court terme. La perte des bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) serait égale à 150 millions d'euros par an, ce qui aurait un impact fortement négatif sur la compétitivité de l'Union européenne.

La mise en œuvre de la restriction

Une restriction doit être réalisable, ce qui semble loin d'être le cas de celle-ci avec son champ d'application très large, sa définition très complexe et le manque de méthodes analytiques unifiées et de laboratoires accrédités facilement accessibles.

L'ECHA estime que les coûts de mise en œuvre seraient de 55 000 €, ce qui est largement sous-estimé pour Cosmetics Europe, puisqu'ils sont principalement basés sur les exigences en matière d'étiquetage.

Et il serait difficile d'établir des mécanismes de supervision harmonisés efficaces pour surveiller le respect de la restriction proposée dans REACH dans le cadre du Règlement Cosmétiques, alors que des problèmes d'application et d'interprétation entraveraient la bonne exécution et l'efficacité de la restriction.

L'industrie conclut donc que la proposition de restriction actuelle est disproportionnée, en particulier pour les produits non-rincés.

“Mais comme la protection de l'environnement est plus que dans l'air du temps, restriction il y aura quoi qu'il en soit”, a constaté Meglena Mihova. “En revanche, son champ d'application et les délais pour la mettre en œuvre dépendent beaucoup des arguments que l'industrie va pouvoir faire valoir”.

Elle a donc terminé sa présentation par quelques recommandations aux entreprises : faites remonter autant d'informations que possible vers vos associations de façon à pouvoir défendre une restriction applicable, évaluez l'impact sur vos activités, préparez des analyses des alternatives, engagez-vous de manière proactive et constructive avec les autorités et dans le processus de consultation.

En un mot : faites tout ce qui est en votre pouvoir pour tenter d'éviter le pire !

UN ACCORD INTERNATIONAL POUR LUTTER CONTRE LA POLLUTION PLASTIQUE... SOUTENU PAR L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE

Le 2 mars 2022, la 5e Assemblée des Nations unies pour l'environnement (ANUE-5.2) ont approuvé un accord qualifié d'historique pour mettre fin à la pollution plastique et conclure un traité international juridiquement contraignant d'ici 2024. Les associations représentatives de l'industrie du monde entier se sont regroupées pour communiquer leur soutien à cette démarche... en indiquant les principes dans lesquels, pour elle, elle devrait s'inscrire.

Lors de cette Assemblée des Nations unies pour l'environnement qui s'est tenue à Nairobi, au Kenya, du 28 février au 2 mars 2022, les chefs d'État, ministres de l'environnement et autres représentants de 175 pays ont approuvé cette résolution qui entend, par un traité négocié d'ici 2024, lutter contre la pollution plastique en prenant en compte le cycle de vie complet du plastique, depuis sa source jusqu'à la mer.

Pour rappel, la production de plastique a augmenté de façon exponentielle au cours des dernières décennies et représente aujourd'hui quelque 400 millions de tonnes par an, un chiffre qui devrait doubler d'ici 2040.

Le soutien de l'industrie cosmétique mondiale

Pour n'être pas la principale contributrice à ce type de pollution, l'industrie cosmétique sera forcément impactée par les mesures contraignantes qui pourraient être décidées dans le cadre du futur traité. Elle n'a donc pas tardé à faire entendre sa voix, dans un communiqué communiqué approuvé par quatre associations régionales et 33 associations nationales représentatives du secteur.

Ce texte rappelle d'abord que l'industrie cosmétique a déjà *“pris des engagements fermes tout en prenant des mesures progressives en faveur de la transition vers une économie circulaire et de l'élimination de la pollution par les plastiques”*. Par exemple, elle *“explore avec ferveur et adopte, lorsque cela est possible, différents modèles de distribution, y compris la recharge et le vrac, ainsi que des matériaux d'emballage alternatifs”*.

Mais il souligne aussi que *“dans de nombreux cas, les plastiques, en particulier lorsqu'ils sont récupérés et réutilisés, peuvent avoir une empreinte carbone plus faible ou être la solution qui préserve le mieux notre environnement”*.

Le cadre souhaité par l'industrie

Les représentants du secteur affirment donc leur soutien à un traité mondial juridiquement contraignant, mais indiquent aussi les principes sur lesquels il devrait être fondé :

- **la flexibilité dans la mise en œuvre** : *“le traité doit laisser aux signataires la possibilité de créer des cadres qui leur permettent d'atteindre au mieux les objectifs convenus dans le traité.”*;
- **des interventions sur l'ensemble du cycle de vie du plastique** : *“le traité doit prévoir des mesures en amont et en aval pour lutter contre la pollution plastique.”*;
- **des évaluations du cycle de vie** : *“Compte tenu de la nécessité urgente de limiter le changement climatique, les plastiques et les solutions de remplacement doivent être évalués tout au long de leur cycle de vie.”*;
- **des lignes directrices sur la conception des produits** : *“La flexibilité dans la conception des produits est primordiale et nous encourageons les parties à collaborer avec l'industrie pour élaborer des lignes directrices sur la conception des produits, qui renforcent la circularité, favorisent l'innovation tout en garantissant l'intégrité des produits et la sécurité des consommateurs.”*;
- **l'augmentation de la capacité et du déploiement de la technologie post-consommation** : *“La gestion*

post-consommation des plastiques, y compris la collecte efficace, le recyclage et la valorisation des déchets, est essentielle pour éliminer les rejets dans l'environnement et pour disposer de matières premières adéquates et de haute qualité en plastique recyclé post-consommation, ce qui est nécessaire au fonctionnement d'une économie circulaire.”;

• **des définitions et rapports harmonisés** : *“Dans la mesure du possible et sans préjudice des différences locales, le traité doit fournir des définitions et des rapports harmonisés sur les plastiques et les déchets plastiques qui s'appuient sur les normes et définitions internationales existantes (par exemple, ISO). En l'absence de telles normes, définitions et mesures, les parties doivent collaborer avec l'industrie pour les développer en utilisant des méthodologies validées et harmonisées.”;*

• **la proportionnalité** : *“Le traité doit respecter le principe de proportionnalité afin de garantir des résultats qui traitent la question de manière efficace et équitable.”.*

Sources

• **What you need to know about the plastic pollution resolution**, UN environment programme, News, Stories & Speeches, 2 mars 2022

• **The Beauty and Personal Care Industry Supports a Global Agreement to Address Plastics Pollution**, publié sur le site Internet de Cosmetics Europe, 2 mars 2022

MARQUAGE DES LINGETTES : LES NOUVELLES RÈGLES EUROPÉENNES

Comme prévu par la Directive 2019/904 relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, le Règlement d'exécution 2020/2151 du 17 décembre 2020, publié au *Journal Officiel de l'Union européenne* le 18 décembre, établit les spécifications harmonisées relatives au marquage des produits en plastique à usage unique, et notamment les lingettes humides. Il est applicable à compter du 3 juillet 2021.

Les considérants du Règlement 2020/2151

1. La **Directive (UE) 2019/904** établit les conditions générales relatives au marquage de certains produits en plastique à usage unique qui sont souvent éliminés de manière inappropriée. Le marquage sert à informer les consommateurs de la présence de plastique dans le produit, des moyens d'élimination des déchets à éviter pour ce produit, et des effets nocifs sur l'environnement résultant du dépôt sauvage ou d'autres moyens d'élimination inappropriés des déchets issus du produit.

2. La Directive (UE) 2019/904 impose à la Commission d'établir des spécifications harmonisées pour le marquage des produits en plastique à usage unique énumérés dans la partie D de son annexe (*ndlr : Serviettes hygiéniques, tampons et applicateurs de tampons ; Lingettes humides, c'est-à-dire lingettes pré-imbibées pour usages corporels et domestiques ; Produits du tabac avec filtres et filtres commercialisés pour être utilisés en combinaison avec des produits du tabac ; Gobelets pour boissons*). Les spécifications harmonisées relatives à l'emplacement, à la dimension et au modèle du marquage devraient tenir compte des différents groupes de produits couverts. Le format, les couleurs, la résolution et les tailles de police minimales à utiliser devraient être précisés afin d'assurer la pleine visibilité de chaque élément du marquage.

3. La Commission a évalué les marquages existants, recensés au moyen d'un sondage en ligne auprès des parties prenantes et d'une vue d'ensemble du marché, afin de comprendre le mécanisme d'évaluation et les exigences qui sous-tendent les marquages et leur incidence.

4. Elle a consulté des groupes représentatifs de consommateurs et effectué un test sur le terrain afin de s'assurer que les marquages sont efficaces et faciles à comprendre, et d'éviter les informations trompeuses.

[...]

Les articles du Règlement 2020/2151

Article premier

Emballage

Aux fins du présent Règlement, on entend par "emballage" l'emballage de vente et l'emballage groupé tels que définis à l'Article 3, paragraphe 1, de la Directive 94/62/CE du Parlement européen et du Conseil.

Article 2

Spécifications harmonisées relatives au marquage

[...]

2. Les spécifications harmonisées relatives au marquage des lingettes humides, à savoir des lingettes pré-imbibées pour usages corporels et domestiques, sont fixées à l'Annexe II.

[...]

Article 3

Langues

La mention figurant sur le marquage est écrite dans la (ou les) langue(s) officielle(s) de l'État membre dans lequel le produit en plastique à usage unique est mis sur le marché.

Article 4

Entrée en vigueur et application

Le présent Règlement entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Il est applicable à partir du 3 juillet 2021.

L'Annexe II du Règlement 2020/2151 - Spécifications harmonisées relatives au marquage des lingettes humides

1. L'emballage des lingettes humides (à savoir les lingettes pré-imbibées pour usages corporels et domestiques), d'une surface égale ou supérieure à 10 cm², comporte le marquage imprimé suivant :



Remarque

La ligne noire bordant le marquage n'en fait pas partie. Elle sert uniquement à faire ressortir la fine ligne blanche qui entoure le marquage sur la page blanche.

Par dérogation à la première phrase du présent point, le marquage sur les emballages de lingettes humides mises sur le marché avant le 4 juillet 2022 peut être apposé sous forme d'autocollants.

2. Le marquage est conforme aux exigences énoncées dans le présent point.

a) Emplacement du marquage

Le marquage est placé horizontalement sur la face avant ou supérieure extérieure de l'emballage, là où il sera le plus visible.

Lorsque le marquage de dimension minimale ne peut figurer intégralement sur la face avant ou supérieure extérieure de l'emballage, il peut être apposé en partie sur deux faces de l'emballage, c'est-à-dire avant et supérieure, ou avant et latérale, là où il sera le plus visible.

Lorsqu'il est impossible de placer le marquage horizontalement en raison de la forme ou de la dimension de l'emballage, il peut être tourné à 90° et placé verticalement.

Les cases du marquage ne doivent pas être séparées.

À l'ouverture de l'emballage conformément aux instructions éventuellement données, le marquage ne doit pas être déchiré ou rendu illisible.

b) Dimension du marquage

Le marquage se compose de deux cases juxtaposées, une rouge et une bleue, de dimension identique, et d'un encadré noir rectangulaire avec la mention "PLASTIQUE DANS LE PRODUIT" placée sous les deux cases de même dimension. Le rapport entre la hauteur et la longueur du marquage est de 1:2.

Lorsque la surface de la face avant ou supérieure extérieure de l'emballage sur lequel est apposé le marquage est inférieure à 65 cm², la dimension minimale du marquage est de 1,4 cm sur 2,8 cm (3,92 cm²). Dans tous les autres cas, le marquage couvre au moins 6 % de la surface sur laquelle il est apposé. La dimension maximale requise du marquage est de 3 cm sur 6 cm (18 cm²).

c) Modèle de marquage

Le modèle de marquage est reproduit sans ajouter d'effets, ni retoucher les couleurs, ni modifier ou agrandir le fond. Le marquage est reproduit avec une résolution minimale de 300 points par pouce lorsqu'il est imprimé en taille réelle. Le marquage est encadré par une fine ligne blanche.

La mention "PLASTIQUE DANS LE PRODUIT" est apposée en majuscules et dans la police de caractères Helvetica Bold. La taille de la police de caractères est de 5 pt au minimum et de 14 pt au maximum.

Lorsque la mention est traduite dans une autre (ou plusieurs) langue(s) officielle(s) des États membres, le texte traduit est placé soit directement sous le marquage, soit à l'intérieur de l'encadré noir rectangulaire sous la première langue, et dans les deux cas de manière bien visible. Dans des cas exceptionnels, en raison de contraintes spatiales sur la face avant ou supérieure extérieure de l'emballage, la mention traduite dans une autre (ou plusieurs) langue(s) officielle(s) des États membres peut être placée ailleurs sur l'emballage, le plus près possible du marquage et à un endroit clairement visible. La mention traduite est apposée en majuscules et dans la police de caractères Helvetica Bold. La taille de la police de caractères est de 5 pt au minimum et de 14 pt au maximum. Lorsque la mention dans des langues supplémentaires est placée dans l'encadré noir rectangulaire, des dérogations à la dimension maximale requise du marquage sont possibles.

Les couleurs correspondant aux codes de couleurs ci-après sont utilisées :

- blanc : C = 0 / M = 0 / Y = 0 / K = 0
- noir : C = 0 / M = 0 / Y = 0 / K = 100
- rouge : C = 0 / M = 90 / Y = 60 / K = 0
- bleu : C = 60 / M = 0 / Y = 0 / K = 0

Source

• **Règlement d'exécution (UE) 2020/2151 de la Commission du 17 décembre 2020 établissant les règles concernant des spécifications harmonisées relatives au marquage des produits en plastique à usage unique énumérés dans la partie D de l'annexe de la directive (UE) 2019/904 du Parlement européen et du Conseil relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement**, *Journal officiel de l'Union européenne*, L 428/57, 18 décembre 2020

RECTIFICATIF AU RÈGLEMENT 2020/2151 POUR LE MARQUAGE DES LINGETTES

Le Règlement d'exécution 2020/2151 du 17 décembre 2020, publié au *Journal Officiel de l'Union européenne* le 18 décembre, établit les spécifications harmonisées relatives au marquage des produits en plastique à usage unique, et notamment les lingettes humides. Un rectificatif vient d'être publié le 5 mars 2021 dans plusieurs langues européennes (y compris française) pour modifier le visuel et la mention qui doivent être apposées sur les emballages.

L'Annexe II du Règlement 2020/2151 concerne les spécifications harmonisées relatives au marquage des lingettes humides.

Elle a été modifiée de la façon suivante.

Le visuel

Au lieu de



le marquage imprimé doit être :



La mention

Au lieu de

“PLASTIQUE DANS LE PRODUIT”

la mention placée sous les deux cases du visuel doit être :

“PRODUIT CONTENANT DU PLASTIQUE”

Ces dispositions sont applicables à compter du 3 juillet 2021.

Sources

• **Règlement d'exécution (UE) 2020/2151 de la Commission du 17 décembre 2020 établissant les règles concernant des spécifications harmonisées relatives au marquage des produits en plastique à usage unique énumérés dans la partie D de l'annexe de la directive (UE) 2019/904 du Parlement européen et du Conseil relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement**, *Journal officiel de l'Union européenne*, L 428/57, 18 décembre 2020

• **Rectificatif au Règlement d'exécution (UE) 2020/2151 de la Commission du 17 décembre 2020 établissant les règles concernant des spécifications harmonisées relatives au marquage des produits en plastique à usage unique énumérés dans la partie D de l'annexe de la directive (UE) 2019/904 du Parlement européen et du Conseil relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement**, *Journal officiel de l'Union européenne*, L 77/40, 5 mars 2021

MARQUAGE DES PRODUITS CONTENANT DU PLASTIQUE : LES PRÉCISIONS DE LA COMMISSION

Le 7 juin 2021, la Commission européenne a (enfin) publié ses “Orientations concernant les produits en plastique à usage unique”, conformément à la Directive 2019/904. Elles précisent notamment quels produits sont concernés par le marquage obligatoire et confirment que celui-ci s’applique également aux masques en tissu (en plus des lingettes). Ce marquage est obligatoire à compter du 3 juillet 2021.

Pour rappel, la Directive 2019/904 prévoit la réduction de l’incidence de certains produits en plastique sur l’environnement. Dans la foulée, le **Règlement d’exécution 2020/2151 du 17 décembre 2020** (et son **Rectificatif publié le 5 mars 2021**) a établi les spécifications harmonisées relatives au marquage des produits concernés, obligatoire à partir du 3 juillet 2021.

Restait à savoir quels produits étaient de fait concernés par la simple mention des “lingettes humides”, ce que la Commission a précisé dans ces Orientations.

Quels plastiques ?

La définition du terme “plastique” au sens de cette Directive incluent les matériaux *“constitué d’un polymère [...] à l’exception des polymères naturels qui n’ont pas été chimiquement modifiés”*.

Sont exclus les *“polymères qui résultent d’un processus de polymérisation qui s’est produit dans la nature, indépendamment du processus d’extraction par lequel ils ont été extraits”* et *“dont la structure chimique demeure inchangée”*. En clair, cela exclut les produits en viscose, lyocell et cellulose, en plus du coton.

Quels usages ?

Les textes ne concernent que les produits destinés à un usage unique, c’est-à-dire qui ne sont *“ni conçus ni créés ni mis sur le marché pour accomplir, pendant leur durée de vie, plusieurs trajets ou rotations”*, en étant soit *“retourné à un producteur pour être rempli à nouveau”*, soit *“réutilisé pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu”*.

Quels produits ?

Les textes englobent de nombreuses catégories de produits en plastique (sachets et emballages, gobelets, couverts, cotons-tiges, serviettes hygiéniques, pailles...). En ce qui concerne directement les cosmétiques, ils ne citaient que les “lingettes humides”.

Les Orientations précisent ce que recouvre le terme de “lingettes humides”, qui inclut bien également les masques en tissu :

- lingettes pour bébés,
- lingettes nettoyantes pour la peau (y compris les mains et le corps),
- lingettes désinfectantes pour les mains, y compris si elles sont fournies aux consommateurs dans les aéronefs, aéroports, trains ou d’autres lieux,
- lingettes pour le visage/cosmétiques (y compris masques pour le visage ou masques en tissu, lingettes de nettoyage/démaquillantes),
- lingettes de toilette intime,
- papier toilette humide.

Sont exclus du champ d’application de la Directive les lingettes humides industrielles et les produits à usage professionnel (lingettes médicales et/ou de soins de santé), ainsi que les lingettes sèches.

Quels délais d’application ?

Le Règlement 2020/2151 indique que le marquage de ces produits est obligatoire à compter du 3 juillet 2021. Les produits mis sur le marché avant le 4 juillet 2022 peuvent le porter sous forme d'autocollant ou de stickers.

Ce délai s'applique aussi bien pour les lingettes que pour les masques, même si la confirmation que ces derniers sont concernés arrive tardivement.

Mais que faire dans ce contexte des produits déjà présents sur le marché sans marquage (et notamment les masques), et qui deviendront, de fait non conformes le 4 juillet 2021 ?

“Ni la Directive, ni les textes d'application européens, ne prévoient de fin de mise à disposition pour les produits conformes avant le 3 juillet 2021, ainsi ces produits doivent pouvoir être écoulés”, répond Carlota Vicente, Chargée des affaires environnementales de la FEBEA. *“Toutefois, chaque État membre peut prévoir un délai de fin de mise à disposition pour son marché comme le prévoyait le projet de décret français (un délai de 15 mois soit jusqu'au 3 octobre 2022). D'autres pays européens ont laissé la possibilité d'écouler ces produits jusqu'à épuisement. Pour les produits commercialisés en France, notre recommandation serait d'apposer a minima l'autocollant pour éviter ainsi un éventuel délai d'écoulement de 15 mois”.*

Source

• **Communication de la Commission – Orientations de la Commission concernant les produits en plastique à usage unique conformément à la directive (UE) 2019/904 du Parlement européen et du Conseil relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement,** *Journal officiel de l'Union européenne*, C 216/1, 7 juin 2021

LE CASSE-TÊTE DES ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES

Quand on parle d'allégations environnementales, il y a ce qu'elles disent, ce que le consommateur en comprend, et ce que la réglementation admet... Une équation à multiples facteurs qu'il est bien délicat de résoudre justement, et même si elles ont plus que jamais le vent en poupe. Lors du congrès **in-cosmetics Formulation** qui s'est tenu à Londres fin octobre 2022, Olivia Santoni et Amanda Isom, du cabinet de conseils londonien **Bloom Regulatory** en ont fait la démonstration, exemples à l'appui.

Il n'y a pas un seul type d'allégation environnementale, mais plusieurs bien différents, se présentant sous diverses formes :

- des logos,
- des images,
- du texte,
- une campagne publicitaire...

Et ce type d'allégations ne concerne pas que les produits, puisqu'elles peuvent aussi qualifier :

- le packaging,
- le traitement des déchets,
- le transport,
- le sourcing des matières premières,
- la fabrication,
- et de façon générale, tout ce qui a trait à une démarche d'écoresponsabilité, qui peut également englober des caractéristiques très spécifiques, comme l'absence d'eau dans le produit, la mise à disposition d'une recharge ou la concentration de la formule...

Le contexte réglementaire

Concernant les allégations environnementales, la réglementation est encore en partie a "work in progress" en constante évolution, avec beaucoup d'initiatives qui se développent un peu partout dans le monde, par exemple avec le Green Deal européen ou le Green Claims Code britannique.

La Directive européenne sur les pratiques commerciales déloyales

Comme pour toutes les allégations, la réglementation de base applicable est la Directive horizontale européenne sur les pratiques commerciales déloyales, qui s'applique également toujours au Royaume-Uni.

Elle concerne tous les types d'allégations, y compris environnementales, dès qu'elles constituent un message qui va inciter le consommateur à acheter un produit plutôt qu'un autre. Elles seront considérées comme déloyales si bien sûr elles sont fausses ou ne peuvent être prouvées, mais aussi si le "consommateur moyen" peut les comprendre de façon erronée. Et ce dernier point est un élément-clé pour évaluer leur acceptation par les autorités de contrôle.

Les Critères Communs européens

Leurs principes sont connus depuis 2013, et ne s'appliquent en première intention qu'aux produits cosmétiques. **Cosmetics Europe** travaille actuellement à des lignes directrices pour les appliquer aux allégations environnementales, notamment pour préciser le type de preuves à réunir pour les conforter.

Le Green Claims Code britannique

Il émane de la CMA (Competition Market Authority). Il ne s'agit pas d'une loi mais plutôt de lignes directrices, qui ne s'appliquent qu'aux allégations environnementales.

Elles énoncent six principes clés que les allégations doivent respecter :

- elles doivent être sincères et justes,

- elles doivent être claires et sans ambiguïté,
- elles ne doivent pas omettre ou cacher des informations importantes et pertinentes,
- elles doivent prendre en compte le cycle de vie complet du produit ou du service,
- elles doivent être justifiées,
- les comparaisons doivent être honnêtes et significatives.

Parallèlement, l'ASA (Advertising Standards Authority) contrôle aussi les allégations présentes dans le cadre des campagnes publicitaires.

Les allégations “épineuses”

Une fois rappelé le cadre, les intervenantes ont évoqué quelques exemples d'allégations parmi les plus délicats à gérer, et listé les questions qu'il est bon de se poser avant de les utiliser...

Un pourcentage en moins de plastique

Un nouveau contenant est annoncé avec “70 % de plastique en moins”. Il s'agit en fait d'un contenant, à l'origine totalement en plastique, qui a été remplacé par un carton dans lequel est inséré une couche de plastique stratifié.

Au final, il y a bien 70 % de plastique en moins, et, dans ce sens, l'allégation est vraie.

Mais est-elle honnête ? Car ce nouveau contenant a peu de chance d'être recyclé, contrairement au premier. Est-il alors réellement ce que le consommateur va comprendre, c'est-à-dire “meilleur pour la planète” ?

Sans eau

Que cible cette allégation ? La formule d'un savon solide ? Ou l'ensemble du cycle de vie du produit ?

Et surtout : que va en comprendre le consommateur ? Avant d'utiliser cette allégation, une petite “enquête conso” auprès du corps de cible de la marque peut ne pas être inutile...

Recyclable

La question à se poser ici est : est-ce réellement recyclable, à 100 % recyclable ? dans les différentes filières locales ou nationales de recyclage ? sans éléments qui puisse faire obstacle au bon recyclage ?

Neutre en carbone

Là encore, il faut vraiment s'interroger sur ce que les consommateurs comprennent de cette allégation : selon une enquête de l'ASA britannique, la majorité d'entre eux la traduisent par : l'entreprise a 0 émission de carbone... et pas du tout par : l'entreprise compense ses émissions carbone !

Sans microplastiques

Même avec une définition très claire de ce qu'on considère aujourd'hui comme un microplastique, il y a de forts risques que le consommateur entende “microbilles”... sans forcément savoir qu'elles ne sont plus utilisées en cosmétique. Et même s'il est un peu plus averti, il est vraisemblable qu'il se réfèrera à une définition trouvée sur Google plutôt qu'à celle prévue par le Règlement REACH.

L'entreprise qui a recours à cette allégation a donc tout intérêt à être la plus transparente possible et à bien expliquer ce qu'elle désigne par le terme “microplastique” (par exemple via une page de son site Internet).

Et attention : mieux vaut ne pas trop s'accoutumer à cette allégation... car une fois la restriction de REACH entrée en application, elle devrait être tout bonnement être interdite, puisque selon les Critères Communs, on ne peut pas se prévaloir de respecter la loi !

Compostable

Les bonnes questions à se poser sont ici : s'agit-il de l'entièreté du pack, ou juste d'un de ses composants ? Existe-t-il des données qui indiquent le temps nécessaire à sa décomposition ? La

compostabilité doit-elle s'entendre au niveau individuel ou industriel ? Car bien souvent, les données disponibles existent bien pour le niveau industriel, mais pas pour le compost du jardin... qu'il est alors bien difficile de prouver, sauf à prendre en charge le coût des tests nécessaires !

Biodégradable

Pour cette allégation, le sort en est jeté en France : elle est interdite par la loi AGEC depuis le 1er mai 2022, et elle devra avoir totalement disparu des packagings (même ceux fabriqués avant cette date et qui bénéficiaient d'un délai pour l'écoulement des stocks) à partir du 1er janvier 2023.

Et même si elle est encore admise dans d'autres pays, de plus en plus de distributeurs refusent de prendre des stocks de produits portant cette mention.

Quoi qu'il en soit, il est conseillé de ne jamais se lancer dans une allégation environnementale sans être absolument sûr d'avoir réuni toutes les données nécessaires pour la prouver !

CONSULTATION DE LA COMMISSION EUROPÉENNE SUR SA PROPOSITION DE DIRECTIVE "GREEN CLAIMS"

Le 23 mars 2023, la Commission européenne a ouvert une consultation publique sur son projet de Directive "sur la justification et la communication des allégations environnementales explicites (Directive Green Claims). Ce texte, qui a pour objet principal de les réglementer en établissant des critères communs pour lutter contre l'écoblanchiment et les allégations environnementales trompeuses, est ainsi ouvert aux commentaires jusqu'au 19 mai 2023.

En présentation de sa proposition, la Commission européenne rappelle qu'une étude qu'elle avait menée en 2020 montrait que 53,3 % des allégations environnementales examinées dans l'Union européenne étaient vagues, trompeuses ou infondées et que 40 % n'étaient pas étayées. *"L'absence de règles communes pour les allégations écologiques volontaires des entreprises conduit à l'écoblanchiment et crée des conditions de concurrence inéquitables sur le marché de l'UE, au détriment des entreprises réellement durables"*, souligne son communiqué.

Le projet de Directive "Green Claims" veut changer cette situation en :

- faisant bénéficier les consommateurs de plus de clarté, d'une plus grande assurance qu'un produit vendu comme étant écologique l'est réellement et d'une information de meilleure qualité pour choisir des produits et des services respectueux de l'environnement ;
- permettant aux entreprises qui font de réels efforts pour améliorer la durabilité environnementale de leurs produits d'être plus facilement reconnues et récompensées par les consommateurs et de pouvoir stimuler leurs ventes, au lieu de faire face à une concurrence déloyale.

La proposition vise les allégations explicites, telles que : "emballage comprenant 30 % de plastique recyclé" ou "protection solaire respectueuse des océans". Elle vise également à s'attaquer à la prolifération des labels et à la création de nouveaux labels environnementaux publics et privés. Elle couvre toutes les allégations volontaires concernant les incidences, les performances ou les aspects environnementaux d'un produit, d'un service ou du professionnel lui-même.

Des critères de justification

Avant que les entreprises ne les communiquent aux consommateurs, les allégations écologiques devront être vérifiées de manière indépendante et étayées par des preuves scientifiques. Dans le cadre de l'analyse scientifique, les entreprises devront recenser les incidences environnementales qui sont réellement pertinentes pour leur produit, de même que les éventuels arbitrages, afin de donner une image complète et précise.

Dans la liste des critères à observer, figurent aussi :

- préciser si l'allégation porte sur l'ensemble du produit, sur une partie du produit ou sur certains aspects du produit,
- démontrer que l'allégation n'est pas équivalente aux exigences imposées par la loi,
- fournir des informations indiquant si le produit faisant l'objet de l'allégation présente, en ce qui concerne les incidences sur l'environnement, des performances sensiblement meilleures que celles habituellement observées pour les produits de la même catégorie,
- déterminer si les aspects environnementaux faisant l'objet de l'allégation constituent des impacts environnementaux importants sur le changement climatique, la consommation des ressources et la circularité, l'utilisation durable et la protection des ressources hydriques et marines, la pollution, la biodiversité, le bien-être des animaux et les écosystèmes...

Et la Commission se réserve le droit d'adopter à l'avenir des actes délégués pour déterminer plus précisément les règles d'évaluation des impacts environnementaux, lesquels peuvent faire l'objet d'une allégation ou établir des critères spécifiques selon les types de produits...

Une communication harmonisée

Plusieurs dispositions veilleront à ce que les allégations soient communiquées de manière claire. Ainsi, les allégations ou labels qui utilisent une notation globale des incidences d'un produit sur l'environnement ne seront plus autorisés, sauf s'ils relèvent de règles de l'Union européenne.

Quant aux comparaisons de produits ou d'organisations, elles devront être fondées sur des informations et des données équivalentes.

Le texte régleme également les labels environnementaux.

"Il existe actuellement au moins 230 labels différents, source avérée de confusion et de méfiance chez les consommateurs", explique la Commission.

La création de nouveaux labels publics ne sera plus autorisée, à moins que ceux-ci soient élaborés au niveau de l'Union européenne, et tout nouveau système privé devra faire preuve d'un niveau d'ambition environnementale plus élevé que les systèmes existants et faire l'objet d'une autorisation préalable.

Le processus législatif

Au-delà de cette consultation, le texte devra, avant d'être adopté, être soumis à l'approbation du Parlement européen et du Conseil.

Et une fois publié, puisqu'il sera sous la forme d'une Directive, il devra être transposé dans les droits nationaux de chacun des États membres, qui auront 18 mois pour le faire, les mesures qu'ils contiennent devant être applicables deux ans après l'entrée en vigueur du texte.

Sources

- **Protection des consommateurs: permettre des choix durables et mettre fin à l'écoblanchiment**, Commission européenne, Communiqué de presse, 22 mars 2023
- **Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive)**, Commission européenne, COM(2023) 166 final, 2023/0085 (COD), 22 mars 2023
- **Performance environnementale des produits et des entreprises – obligation d'étayer les allégations**, Commission européenne, Donnez votre avis, Initiatives publiées

L'ICE "POUR DES COSMÉTIQUES SANS CRUAUTÉ" VALIDÉE

L'initiative citoyenne européenne (ICE) intitulée "Save cruelty-free cosmetics - Commit to a Europe without animal testing" (Sauver les cosmétiques élaborés sans recours à des traitements cruels envers les animaux - S'engager à une Europe sans expérimentations animales), qui a recueilli plus de 1,2 millions de signatures, vient d'être validée par la Commission européenne, qui a maintenant jusqu'au 25 juillet 2025 pour exposer les mesures qu'elle compte prendre.

La Commission européenne l'a annoncé le 26 janvier 2023 : l'initiative "Save Cruelty Free Cosmetics - Commit to a Europe without Animal Testing" est devenue la neuvième initiative citoyenne européenne (ICE) réussie.

Cette initiative invite la Commission à renforcer et à élargir les interdictions existantes de l'Union européenne en matière d'expérimentation animale pour les cosmétiques et de commercialisation d'ingrédients testés sur les animaux, ainsi qu'à adopter une proposition législative établissant une feuille de route pour l'élimination progressive de toutes les expérimentations animales avant la fin du mandat actuel de la Commission.

En l'espace d'un an, elle a recueilli en tout 1 217 916 soutiens, en provenance de 27 européens. Parmi les plus mobilisés et qui ont réuni les plus grands nombres de signatures :

- L'Allemagne : 257 988,
- la France : 248 070,
- l'Italie : 91 992,
- la Tchécoslovaquie : 90 139,
- l'Espagne : 66 493,
- la Bulgarie : 54 137...

La Commission va maintenant rencontrer les organisateurs pour discuter en détail de l'initiative au cours des prochaines semaines.

Une audition publique sera organisée par le Parlement européen.

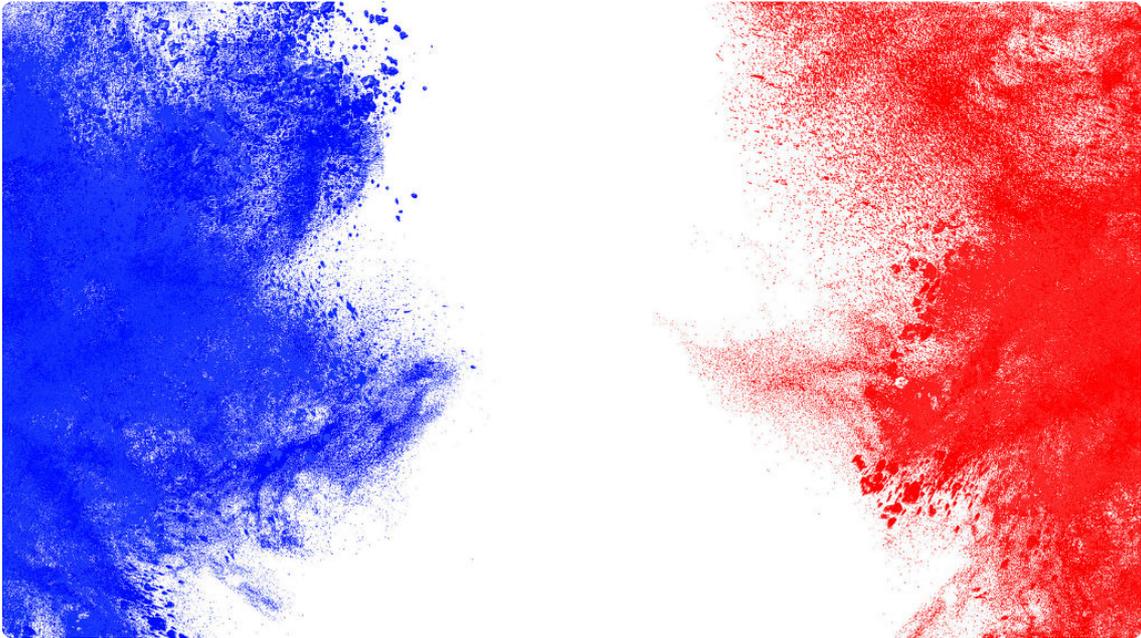
La Commission a jusqu'au 25 juillet 2023 pour présenter sa réponse officielle, en exposant les mesures qu'elle compte prendre :

- proposer une législation,
- prendre d'autres mesures non législatives,
- ou ne pas agir du tout.

Sources

- **Daily News 26/01/2023**, Commission européenne, Press corner, 26 janvier 2023
- **Pour des cosmétiques sans cruauté – S'engager en faveur d'une Europe sans expérimentation animale**, Union européenne, Initiative citoyenne européenne

France



LA LOI AGEC ET SES IMPACTS SUR LES PRODUITS COSMÉTIQUES

La loi AGEC, pour loi relative à l'Anti-Gaspillage et à l'Économie Circulaire, a été publiée au Journal Officiel de la République Française le 11 février 2020. Lors du congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley, qui s'est tenu en digital les 4 et 5 novembre 2020, Hélène Orliac, Directrice des affaires internationales, environnementales et économiques de la FEBEA, en a présenté les grandes lignes et a détaillé ses implications sur le secteur cosmétique, notamment sur ses emballages.

La **loi AGEC** s'inscrit dans la volonté d'agir pour une transition écologique rapide et significative. Elle traite de l'économie des ressources, des matières premières, de l'énergie, de l'eau... mais aussi de la limitation des déchets et de leur réutilisation, du recours aux coproduits...

“C'est une loi qui est extrêmement importante pour le secteur cosmétique”, a averti Hélène Orliac, “et qui prévoit beaucoup de choses qui nous impactent. Elle compte 130 articles, dont 29 concernent notre secteur, avec des enjeux majeurs et des échéances qui sont extrêmement courtes.”

Cette loi comprend une centaine de mesures organisées autour de cinq grands axes.

1. Sortir du plastique, en commençant par l'incorporation de recyclé et avec, à l'horizon 2040, l'interdiction des emballages en plastique à usage unique ;
2. Mieux informer le consommateur des possibilités de recyclage et de réutilisation des produits, et lui donner des informations sur les performances environnementales des produits.
3. Lutter contre le gaspillage et promouvoir le réemploi solidaire : une mesure qui devrait entrer en vigueur le 31 décembre 2021.
4. Agir contre l'obsolescence programmée des produits : un point qui ne touche pas les cosmétiques.
5. Élargir la responsabilité des entreprises avec la création de nouvelles filières REP (Responsabilité Élargie des Producteurs) pour les produits qui n'en ont pas ou la révision des cahiers des charges des filières REP existantes. *“Notre secteur est largement concerné par ce point en tant que metteur sur le marché de produits cosmétiques”, a précisé Hélène Orliac.*

Elle est articulée en six chapitres, dont cinq (les 1, 2, 3, 4 et 6) concernent le secteur cosmétique, et son application est en train de se mettre en place au travers de la publication d'une centaine de décrets d'application et d'arrêtés, dont seulement 5 % sont publiés à date.

Chapitre I : Les objectifs stratégiques de la gestion et de la prévention de la production de déchets

Dans ce chapitre, l'Article 7 de la loi AGEC prévoit la disparition des emballages en plastique à usage unique en 2040. Une disparition progressive, puisque des étapes transitoires sont définies : la première est que 100 % des emballages plastiques soient recyclés d'ici 2025.

D'autres objectifs, plus globaux, sont également fixés par cette loi pour les plastiques :

- réduction de 15 % des déchets ménagers et assimilés produits par habitant d'ici 2030 par rapport à 2010 (Article 3),
- objectif de réduction des quantités de déchets d'activités économiques par unité de valeur produite de 5 % entre 2010 et 2030 (Article 3),
- objectif de réemploi des emballages ménagers de 5 % en 2023 et de 10 % en 2027 (Article 9).

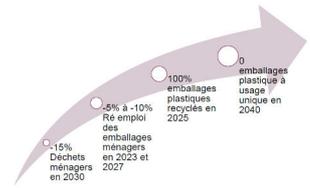
“L'industrie cosmétique est concernée par l'ensemble de ces objectifs, mais le plus impactant pour nos produits, c'est la réduction des emballages ménagers qui est extrêmement contraignante”, a commenté Hélène Orliac.

Le suivi des mesures

Pour suivre l'avancée de ces objectifs, la loi prévoit la création d'un observatoire du réemploi (Article 9). Il devrait être créé avant le 1er janvier 2021 et devra évaluer la pertinence des solutions de réemploi d'un point de vue environnemental et économique.

Au sens de la définition proposée par l'ADEME, le réemploi d'un emballage ménager est sa réutilisation pour le même usage que celui pour lequel il était prévu initialement. L'emballage ne passe pas par le statut de déchet, il est conservé comme un objet et peut être re-rempli, soit par le consommateur lui-même, soit en point de vente, soit par d'autres structures logistiques plus complexes.

“On sait que pour les produits cosmétiques, les volumes de vente ne sont pas toujours très significatifs. Pour un ré-emploi des emballages qui passerait par un système de collecte, de nettoyage et de ré-emplissage en milieu industriel, certaines études ont montré que le coût environnemental de la logistique qui y est associée, à la fois en termes de transport, de stockage et de nettoyage, n'a pas forcément un impact environnemental intéressant. Cet observatoire devrait analyser cela”, a expliqué Hélène Orliac.



Les objectifs de cette loi peuvent être résumés sur une trajectoire appelée trajectoire 3R : Réduction - Réemploi - Recyclage, en phase avec la logique de l'économie circulaire.

Chapitre II : L'information consommateurs

Dans cette section, l'Article 13 prévoit que les caractéristiques environnementales des produits (incorporation de matières premières recyclées, emploi de ressources renouvelables, compostabilité, recyclabilité, présence de substances dangereuses, etc.) soient apposées et visibles lors de l'achat. Un décret en Conseil d'État doit fixer les modalités de son application, et un autre, pris après un avis de l'ANSES, doit identifier les substances dangereuses. On attend leur publication.

Information sur les perturbateurs endocriniens

Cet article prévoit également une information par voie électronique sur la présence de perturbateurs endocriniens qui seraient avérés ou présumés, voire suspectés pour certaines catégories de produits. L'Article 14 prévoit aussi la possibilité d'imposer un logo "Déconseillé aux femmes enceintes" pour des produits qui contiendraient des perturbateurs endocriniens, là encore avérés, présumés ou suspectés. Deux décrets doivent également être publiés après avis de l'ANSES, pour définir les modalités d'application et la liste de ces perturbateurs endocriniens.

Triman vs. Point Vert

Concernant toujours l'information au consommateur, l'Article 17 prévoit que la signalétique du logo Triman et des consignes de tri précises sur la manière dont le produit doit être trié soient apposées sur le produit.

À noter que le projet de décret qui doit préciser ce point ne prévoit pas à ce stade la dématérialisation de cette consigne. Mais l'industrie a fait valoir que cette obligation de l'apposer sur l'emballage pouvait, d'une part, être contre-productive en termes d'économie d'emballage si elle oblige à augmenter la taille des packagings des petits produits, et, d'autre part, devenir un obstacle à la libre circulation des produits puisque ces consignes sont franco-françaises et pourraient être mal comprises voire refusées à l'export... À suivre, donc.

En parallèle, le logo du Point Vert, qui est souvent apposé sur les packagings et qui signifie que le produit relève de l'écocontribution, devra être retiré, sous peine d'une éco-modulation-malus, au motif qu'il peut introduire une confusion pour le consommateur.

Interdiction des allégations environnementales

Autre point, dans l'Article 13 : les allégations environnementales seront interdites à partir du 1er janvier 2022. Cela concerne notamment les allégations "Biodégradable", "Respectueux de l'environnement" ou toute autre mention équivalente.

Les produits ou les emballages qui sont compostables devront porter la mention "Ne pas jeter dans la nature" *"parce que le plus souvent, ils ne sont pas compostables en milieu naturel, mais seulement en compostage industriel"*, a expliqué Hélène Orliac.

Enfin, le pourcentage de matières recyclées effectivement incorporé dans l'emballage devra être précisé.

Chapitre III : Favoriser le réemploi et la réutilisation ainsi que l'économie de la fonctionnalité et servicielle dans le cadre de la lutte contre le gaspillage

Dans cette section, l'Article 35 prévoit l'interdiction de la destruction des invendus non alimentaires. Il est précisé qu'ils devront être soit réemployés (donnés par exemple à des associations de lutte contre la précarité), ou réutilisés ou, mais seulement en dernier lieu, recyclés. Cette disposition est assortie d'une entrée en vigueur au plus tard le 31 décembre 2023 pour les produits qui ne sont pas soumis à la REP.

Les produits invendus pourront faire l'objet soit de ventes au personnel de l'entreprise, avec des réductions qui ont un petit peu augmenté par rapport à ce qui est prévu actuellement (50 % au lieu de 30 %) dans la limite du seuil de revente à perte, qui est interdite, mais sans être assujettis aux charges sociales. L'entrée en vigueur de cette mesure est prévue au 1er janvier 2021.

Coup de pouce au vrac

Par ailleurs, le vrac est encouragé par l'Article 41. La loi le définit comme *"la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté dans les points de vente ambulants. Tout produit de consommation courante peut être vendu en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé publique"*.

"La liste des exemptions doit être définie par voie réglementaire, mais les produits cosmétiques ne font pas partie des exemptions puisque certaines sociétés vendent déjà des produits cosmétiques en vrac et continueront à pouvoir le faire", a précisé Hélène Orliac.

Mesure anti-Black Friday

En ce qui concerne les opérations commerciales, la loi AGEC prévoit d'interdire de donner l'impression, par le biais d'opérations de promotion publicitaire coordonnées, que le consommateur bénéficie de réductions comparables à celles des soldes en dehors de la période des soldes.

"Clairement, c'est le Black Friday qui est visé par cette mesure, et la loi prévoit de l'interdire", a commenté Hélène Orliac.

Chapitre IV : La responsabilité des producteurs

On entre ici dans le domaine de la REP, la Responsabilité Élargie des Producteurs.

Pour les déchets d'emballages, la loi prévoit un plan de prévention et d'écoconception individuel ou sectoriel qui devra être actualisé tous les cinq ans (Article 62).

Pour ce qui concerne le recyclage, elle instaure une obligation de justifier de l'existence d'une filière de recyclage pour les emballages plastiques mis sur le marché. Une pénalité (malus) est prévue via l'éco modulation dans le cahier des charges de la REP Emballages.

Les metteurs en marché de plus de 10 000 unités de produits avec un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions d'euros seront sanctionnés par une amende si les déchets engendrés par leurs produits ne peuvent pas intégrer une filière de recyclage (Article 61-III - Entrée en vigueur le 1er janvier 2030).

Enfin, ce chapitre prévoit l'intégration de matières premières recyclées avec un taux minimal d'incorporation de matières recyclées (Article 61-II). Les catégories de produits et matériaux concernés, ainsi que les taux de matières premières recyclées selon une trajectoire pluriannuelle, en tenant compte des caractéristiques techniques des produits, notamment en matière environnementale, sanitaire et de sécurité, seront précisés par décret.

Toutes ces dispositions doivent faire l'objet de décrets d'application qui ne sont pas encore publiés : ce sont eux qui permettront de préciser de quels articles il s'agit, de quels emballages et quels sont les niveaux d'obligation.

Le levier des éco-modulations

La loi prévoit également des éco-modulations ou des modulations des contributions en fonction de critères de performance environnementale, comme la quantité de matière utilisée, l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables, les possibilités de réemploi ou de réutilisation, la recyclabilité, l'absence d'écotoxicité, la présence de substances susceptibles de limiter la recyclabilité ou l'incorporation de matières recyclées (Article 62-II).

Toutes ces caractéristiques entraîneraient une modulation en pourcentage du barème de contribution.

La chasse au suremballage

En ce qui concerne le suremballage, la loi prévoit la mise à disposition des consommateurs, par les éco-organismes, d'un dispositif de signalement électronique des emballages jugés excessifs, au plus tard le 1er janvier 2022. Des malus seront appliqués pour ces signalements. Un bilan annuel des signalements et des actions qui en découleront est prévu par l'Article 72-IV.

Tous au rapport !

Une obligation de reporting à l'autorité administrative de la présence de substances dangereuses dans le produit, des éléments justifiant l'incorporation de matières premières recyclées et des modes de gestion des déchets qui sont issus de ces produits, sera instituée.

Nouvelles filières REP

Une filière REP pour les emballages servant à commercialiser des produits consommés ou utilisés par les professionnels sera créée à partir du 1er janvier 2025.

Une autre le sera également pour les textiles sanitaires, y compris les lingettes pré-imbibées pour un usage corporel, à compter du 1er janvier 2024 (Article 62-III).

"L'industrie cosmétique est concernée par cette mesure au travers de ses lingettes démaquillantes ou nettoyantes, par exemple, et une contribution est prévue à l'unité pour chaque lingette (de 0,01 à 0,03 € par lingette)", a indiqué Hélène Orliac.

Interdiction des microplastiques

Enfin, l'Article 82 prévoit l'interdiction des microplastiques dans les produits, à l'exception de ceux qui sont considérés comme naturels ou biodégradables. À la question d'un congressiste sur ce que pouvait bien être un microplastique naturel, Hélène Orliac a répondu qu'il s'agissait d'un polymère, à base de carbone, qui existerait à l'état naturel.

Chapitre VI : Dispositions diverses

Une des mesures principales pour l'industrie cosmétiques dans ce chapitre est l'interdiction des huiles minérales et encres dérivées dans les emballages (Article 112).

Il s'agit typiquement de certaines encres qui pourrait perturber les processus de recyclage des emballages plastiques et emballages cartonnés, avec une entrée en vigueur de la mesure au 1er janvier 2022.

Le calendrier

Cette loi a été publiée en février 2010, mais de nombreux décrets et arrêtés qui doivent la préciser sont encore en cours de rédaction (seuls 5 % ont été publiés à ce stade).

Sont en cours de rédaction :

- les projets d'arrêtés concernant le Point Vert et le cahier des charges des emballages ménagers ;
- le décret quinquennal 3R sur les objectifs de réduction, réemploi et recyclage ;
- la réforme de la REP avec certaines définitions des emballages, qui vient de faire l'objet d'une consultation publique.

Sont à venir :

- les décrets concernant l'info-tri et le Tri-man, qui devraient être publiés dans le courant du mois de novembre ;
- les décrets concernant les caractéristiques environnementales et les obligations d'incorporation de matières recyclées, qui devraient être publiés dans le courant de l'année 2021.

Mais, en plus de cette loi AGECE, il faut tenir compte de Convention citoyenne sur le climat : ce groupe de citoyens tirés au sort qui a travaillé pendant un peu plus d'un an sur des propositions pour accélérer la transition écologique, a émis un certain nombre de propositions. Une partie d'entre elles devrait être transformée en projet de loi, qui devrait reprendre un certain nombre de thèmes évoquée dans la loi AGECE, parfois avec la volonté d'en accélérer le calendrier. La présentation de ce projet de loi est prévue à la fin mois de novembre et il pourrait être examiné à l'Assemblée au cours du premier trimestre 2021.

“Vous voyez qu'on est vraiment dans une logique d'accélération de cette transition écologique avec une ambition écologique absolument louable”, a conclu Hélène Orliac, “mais tous ces changements vont être difficiles à mettre en place, à coordonner, à structurer, en tenant compte des impératifs économiques et réalistes pour notre secteur”, a conclu Hélène Orliac.

LOI AGECE : UNE DIFFICILE MISE EN APPLICATION

Trois ans après le vote de la loi Anti-gaspillage et pour une économie circulaire (loi AGECE), et un an après l'entrée en vigueur du volet "Anti-gaspi", l'heure est au premier bilan... qui se révèle assez contrasté.

Dans **un communiqué mis en ligne le 10 février 2023**, le ministère de la Transition écologique relève les aspects positifs de la loi AGECE, et notamment les mesures qui sont déjà applicables, parmi lesquelles plusieurs touchent directement le secteur cosmétique, comme :

- le déploiement d'un nouvel info-tri, qui se déploie progressivement depuis l'été 2022 (mais qui vient **d'être remis en cause par la Commission européenne**),
- la généralisation de la collecte des emballages plastiques dans le bac jaune,
- l'obligation pour les fabricants de mettre en ligne les informations détaillées sur les caractéristiques environnementales des produits (taux de matière recyclée et de recyclabilité, présence de substances dangereuses...),
- interdiction d'éliminer les invendus non alimentaires, et notamment les produits d'hygiène...

Sur ce dernier point, le ministère rappelle que *"l'élimination des produits invendus a été interdite depuis le 1er janvier 2022. Les fabricants et les distributeurs doivent désormais donner ou recycler leurs produits invendus"*.

Mais sur le terrain, les choses semblent beaucoup moins simples...

Une loi mal connue, mal appliquée...

Selon une étude de Comerso (plateforme digitale et logistique qui accompagne les entreprises dans la valorisation de leurs invendus et déchets) commandée auprès de Dynata et réalisée auprès de 234 professionnels du secteur non alimentaire, travaillant dans des entreprises de toutes tailles (Groupes Groupes, ETI, PME, TPE), de nombreux freins s'opposent encore à la valorisation des invendus.

Selon cette étude :

- 70 % des répondants ne savent pas que la loi est entrée en vigueur et pensent soit que leur entreprise peut encore détruire, soit ne savent pas si elle peut encore le faire,
- seules 2 % des entreprises déclarent réussir à valoriser tous leurs invendus non alimentaires neufs, révélant que la destruction d'invendus est toujours pratiquée malgré l'obligation légale,
- moins de 1 répondant sur 2 (49 %) déclare que tous les invendus neufs sont concernés par la loi, ce qui révèle une méconnaissance des typologies de produits concernées par la loi,
- 42 % déclarent qu'il est soit impossible soit difficile pour eux de valoriser leurs invendus, soulignant le fait que des freins persistent dans les entreprises,
- 58 % des entreprises estiment que c'est un sujet important dans le contexte actuel d'inflation et d'enjeu de sauvegarde des marges,
- 79 % ne connaissent pas la hiérarchie de valorisation des invendus (1- Réemploi, 2- Réutilisation 3- Recyclage)...

"Le volet antigaspi de la loi AGECE reste globalement méconnu des entreprises", commente Pierre-Yves Pasquier, CEO et Co-fondateur de Comerso. "La loi AGECE couvre des thématiques très larges (plastique, affichages consommateurs...) et les différents volets de la loi sont mis en application de façon progressive. Les entreprises ont du mal à s'y retrouver, que ce soit sur les échéances ou les périmètres d'application".

Et de fait, malgré l'interdiction légale, la destruction des invendus non alimentaires est encore d'actualité dans les entreprises en 2022 :

- 2 % seulement déclarent valoriser tous leurs invendus,
- 7 % déclarent encore détruire leurs invendus neufs, et 16 % leurs invendus défectueux mais encore fonctionnels,
- seules 17 % des entreprises valorisent plus de 50 % de leurs invendus,
- 42 % des entreprises déclarent qu'il est impossible ou difficile de valoriser leurs invendus neufs,
- sur le volet du réemploi et des dons aux associations, 71 % des entreprises déclarent rencontrer des difficultés à faire du don aux associations (soit pour des raisons de complexité d'identification des filières, par manque de temps ou par manque de fiabilité des collectes).

Une note positive cependant : la moitié des entreprises envisagent d'accélérer leur stratégie de valorisation des invendus non alimentaires en 2023.

“Il reste du chemin à parcourir sur la prise de conscience du gaspillage non alimentaire dans les entreprises ainsi que dans la sphère publique. Si le modèle des entreprises a, depuis toujours, été d'être très bien organisé sur la vente de produits neufs, le volet antigaspi de la loi AGEC les engage maintenant à gérer de nouveaux flux (de produits invendables, invendus pour les dons ou la revente en seconde main). La mise en place de ces nouvelles pratiques de gestion et de ces nouveaux processus s'avère parfois complexe et chronophage,” explique Pierre-Yves Pasquier.

... mais une loi en marche

Quoi qu'il en soit, le ministère de la Transition écologique maintient le cap et rappelle les mesures qui vont prochainement être mises en place, parmi lesquelles (pour ce qui concerne l'industrie cosmétique) :

- la création d'une nouvelle filière d'économie circulaire pour mieux réemployer et recycler les emballages du secteur professionnel, à compter du 1er janvier 2025,
- la mise en œuvre de la stratégie de réduction, réemploi et recyclage (3R) des emballages plastiques, qui prévoit la fin de la mise sur le marché des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040,
- le déploiement des bonus et malus d'éco-conception (à valoir sur la contribution versée aux éco-organismes) afin d'inciter les fabricants à rendre leurs produits plus durables et plus recyclables.

CONGRÈS PARFUMS & COSMÉTIQUES 2022 : LE Q/R DE LA FEBEA – VOLET LOI AGECE ET FICHE QCE

Comme chaque année, en clôture du Congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu les 23 et 24 novembre 2022, l'équipe de la FEBEA a répondu aux questions préparées par les congressistes durant les deux jours de conférences. Focus sur les questions liées à la loi "AGEC" et à la fiche QCE.

Ont répondu aux questions des congressistes

- Catherine Bramaud, Conseillère Scientifique et Réglementaire
- Laure Menanteau, Conseillère Scientifique et Réglementaire

Et particulièrement dans le volet des lois et allégations à visée environnementales

- Xavier Gueant, Directeur juridique
- Stéphanie Lumbers, Directrice Développement Durable

Volet loi "AGEC"

Question

Vu les échéances court terme de la loi "AGEC" versus des échéances plus lointaines des dispositions similaires au niveau européen, la France va-t-elle temporiser et attendre que l'Europe avance ou va-t-elle s'obstiner ? La liste 13-2 n'est pas toujours publiée. Il y a donc encore beaucoup d'incertitudes en France.

Réponse de Xavier Guéant

Ça dépend un peu des sujets. Je crois qu'il est important de rappeler qu'effectivement, on fait partie de l'Europe et que la libre circulation des marchandises est un point essentiel, y compris dans notre Règlement. Mais que par ailleurs on vote en France pour des députés, les députés légifèrent et il y a là l'expression de la volonté du peuple à travers ses députés. Il y a un équilibre à trouver. Mais ce qui est sûr, c'est que la volonté exprimée par le législateur dans les lois AGECE, Climat & Résilience, etc., eh bien, il faut faire avec. Il y a aussi un mandat politique : en tout cas, c'est comme ça que l'expriment les différents responsables politiques au sein des cabinets ministériels avec lesquels on peut discuter. Donc, la réponse, c'est non, il n'y a pas de raison de temporiser, au contraire. La France souhaite être un moteur au niveau européen.

Question

Quel est l'impact des lois "AGEC" et "Climat et Résilience" pour les producteurs et distributeurs d'ingrédients cosmétiques ?

Réponse de Xavier Guéant

Ces lois ont un impact plus ou moins important selon les dispositions. C'est surtout un impact indirect puisque grosso modo, leurs dispositions concernent plutôt des metteurs sur le marché. Pour les fournisseurs d'ingrédients, ça va dépendre des cahiers des charges qui seront établis par les Personnes Responsables, fabricants de produits cosmétiques, pour se conformer aux obligations "AGEC". On parle là d'allégations, d'interdictions, d'évolutions sur les packs. Il y a peut-être une exception qui concerne les huiles minérales, l'Article 112 de la loi "AGEC" qui intéresse au premier chef les fournisseurs d'ingrédients, et par ricochet du coup, les utilisateurs de l'emballage, conditionneurs, etc. Il y a donc un vrai sujet de contractualisation tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Question

Concernant la loi "AGEC" et les pictos "femme enceinte", a-t-on une visibilité sur les catégories produits concernés ? Sur le délai ? Y aura-t-il un décret ou un arrêté ? L'ANSES va-t-elle publier une liste de

substances pour certains produits, pour lesquelles un picto femme enceinte devrait être apposé ?

Réponse de Xavier Guéant

C'est un sujet sur lequel le FEBEA a eu des échanges assez récents avec la Direction Générale de la Santé. Pour l'instant en tout cas, les dispositions d'application de l'Article 14 de la loi AGECE (le picto femme enceinte), il n'y a pas de projet en gros en cours de discussion. Et on ne devrait rien avoir sur le sujet en 2023. Mais on continue à discuter évidemment avec l'administration pour avoir une visibilité sur le calendrier concernant cet article.

Question

Dans le cadre du respect de la loi AGECE, quels sont les textes/listes à prendre en référence pour identifier les substances dangereuses présentes dans les formules et les packs ?

Réponse de Xavier Guéant

Il faut se référer à la loi AGECE, et ses Articles 13-I et 13-II pour les listes des substances qu'il va falloir gérer, identifier, et sur lesquelles il faudra informer le consommateur. Il y a d'une part toutes les SVHC en plus d'autres substances qui vont être listés par l'ANSES, puis reprises dans un arrêté publié au Journal Officiel. Ça va être la même chose pour les perturbateurs endocriniens : d'abord un avis de l'ANSES, et ensuite sa reprise dans un arrêté. Donc, ces listes seront dans les arrêtés. Et à cela, il faut ajouter une liste qui n'est pas la moindre et qui est celle de la liste candidate à autorisation du Règlement REACH qui est publiée sur le site de l'ECHA. En l'occurrence, c'est la liste à date dont on est certains concernant l'identification des substances dangereuses au titre de l'Article 15.

Question

Est-il obligatoire de faire apparaître les symboles de recyclage sur nos packs (pictogramme triangulaire avec les flèches indiquant le type de plastique) ? Et qu'en est-il pour les packs contenant différents plastiques ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

En France, ce n'est absolument pas une obligation. Il faut avoir en tête que ce picto qui peut être utilisé dans d'autres pays, ne sert en France ni au tri ni à recyclage des matières. Ce n'est pas que ce soit problématique de le laisser, ce n'est pas une obligation et ça ne sert pas à grand-chose, à mon sens.

Question

Existe-t-il une liste d'articles qui sont considérés comme plastiques à usage unique, un article de conditionnement cosmétique est-il considéré comme à usage unique ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

Cette question fait référence à l'Article 7 de la loi AGECE qui prévoit l'objectif de supprimer les emballages plastiques à usage unique d'ici 2040. Un emballage à usage unique est un emballage qui pas destiné à avoir une seconde utilisation. Donc, on peut dire que 99 % des emballages cosmétiques sont des emballages à usage unique à l'heure actuelle. Cet Article 7 nous projette dans cette interdiction. Mais c'est une loi programmatique qui ensuite déclinée dans différents décrets pour une mise en application concrète. Et l'objectif de 2040, on ne sait pas à ce jour vraiment comment on va l'atteindre.

Question

Est-ce que les emballages en ABS pourront continuer à être utilisés pour les cosmétiques après 2025 ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

Effectivement, l'Article 23 de la loi Climat & Résilience interdit à partir du 1^{er} janvier 2025 la mise en marché d'emballages en polymères/copolymères styréniques dont l'ABS fait partie, et pour lesquels il

n'existe pas de filière de recyclage. Il y a un effort d'écoconception à mettre en route. Et il y a différents projets en cours pour essayer de trouver des filières de recyclage de l'ABS. Mais aujourd'hui, ça ne s'est pas encore concrétisé en une filière opérationnelle permettant de répondre à cette exigence.

Volet QCE

Question

Pour déterminer la date d'application de la fiche QCE, faut-il calculer le chiffre d'affaires du producteur, donc le déclarant CITEO, ou le chiffre d'affaires du metteur sur le marché, de la marque ou du site Internet ?

Réponse de Xavier Guéant

Effectivement, il y a un échelonnement de l'entrée en vigueur des dispositions QCE en fonction sur des volumes qu'on met sur le marché et du chiffre d'affaires qu'on réalise sur le marché français. C'est vrai que les dispositions QCE font référence à la notion de producteur, donc on peut assez légitimement partir du principe que ça va correspondre au chiffre d'affaires qui va être réalisé par celui qui s'occupe de déclarer aux éco-organismes. Je serai enclin à dire que la bonne réponse, c'est la marque, qui prend la responsabilité ultime de la mise sur le marché. On peut recouper ça à ce qui peut être déclaré auprès des organismes mais ce n'est pas une solution qui fonctionne à chaque fois parce qu'il peut arriver dans des relations de sous-traitance, MDD ou autres, que la question soit finalement déléguée à un sous-traitant ou à un fabricant pour ce qui est de gérer justement écocontributions auprès de CITEO par exemple.

Question

Si mon emballage ne contient pas de matières recyclées, n'est pas recyclable, n'est pas ré-employable, n'est pas compostable et que le produit ne contient aucune substance dangereuse, ni dans l'emballage, ni dans la formule, est-ce que je dois quand même mettre en ligne une fiche QCE alors que les mentions négatives ne sont pas requises ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

Je vais répondre par une autre question : si vous ne faites pas de fiche parce que, en gros, vous n'avez rien à dire, comment faire la différence entre vous qui n'avez pas fait la fiche parce que vous ne répondez à aucun des critères positifs et quelqu'un qui n'a simplement pas fait la fiche ? Donc oui, il faut faire la fiche même si elle est vide. Sachant tout de même que le critère "majoritairement recyclable", doit être globalement atteignable pour beaucoup d'emballages.

Question

Peut-on faire figurer certaines informations de la fiche QCE de façon matérialisée sur l'étiquetage du produit et ne pas les mentionner sur la fiche dématérialisée ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

Le Décret est extrêmement clair sur le fait que l'exigence est que cette fiche est dématérialisée. Vous pouvez reprendre, sous une autre forme, ces allégations sur l'emballage. Mais ça ne se substitue en rien aux exigences de contenu de cette fiche QCE.

Question

Dans le cadre du Décret QCE, faut-il indiquer sur le pack un lien vers le site internet ou un QR code pour la fiche produit ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

Non, absolument pas. Il n'y a aucune obligation de renvoyer vers la page internet. Il faut en revanche que la page internet soit bien nommée "Qualités et caractéristiques environnementales" et que

techniquement, il soit possible que les moteurs de recherches naviguent dans les pages pour récupérer les informations. Mais il n'y a aucune obligation de faire des liens sur le produit.

Question

Concernant les informations qui seront disponibles sur la fiche dématérialisée liée aux allégations environnementales et qualité, est-ce de la responsabilité du magasin ou de la personne qui livre le magasin de faire en sorte que le consommateur scanne le QR code permettant l'accès à ces informations ? Doit-il y avoir un affichage sur les points de vente et les sites internet ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

L'obligation est de fournir l'information, donc de faire cette fiche et de la mettre à disposition sur le site internet. Mais au même titre qu'on ne peut pas forcer le consommateur à lire la liste des allergènes, la seule responsabilité qu'on ait en tant que metteur sur le marché, c'est de la mettre à disposition. Il n'y a pas d'obligation de mettre un lien depuis le produit vers la fiche et il n'est pas non plus obligatoire de faire un affichage quelconque en magasin.

Question

Comment séparer les informations de la fiche QCE en emballage primaire et secondaire, notamment dans le cas de produits complexes avec pots, opercules, étui... quand tout n'est pas recyclable ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

La règle pour la fiche QCE, c'est de prendre le produit dans sa globalité. En fait, le principe initial est de ne rien séparer, de concevoir l'emballage dans sa globalité, donc tous les composants de l'emballage en même temps. Il serait peut-être un peu compliqué de mélanger à la fois un étui et son flacon, donc on peut imaginer qu'on puisse séparer ces deux composants. Mais sur la fiche, il n'est pas question de décomposer tous les sous-éléments. Et d'ailleurs, l'outil TREE est conçu justement pour prendre en compte ensemble tous les éléments qui sont mécaniquement liés.

Question

Est-ce bien au metteur sur le marché de vérifier la recyclabilité de la totalité de l'emballage de son produit fini via TREE ou Recyclclass ?

Réponse de Stéphanie Lumbers

Oui. Mais si vous êtes adhérent CITEO, c'est bien l'outil TREE qu'il faut utiliser.

Question

En tant que sous-traitant de fabrication et donc non-metteur sur le marché de produits cosmétiques, nous ne parvenons pas à adhérer à CITEO et n'avons donc pas accès à l'ensemble de leurs outils. Comment y accéder ? Nos clients nous demandent de les aider à les aiguiller et nous devons également être en mesure de comprendre les données transmises par nos fournisseurs d'emballages.

Réponse de Stéphanie Lumbers

Effectivement, CITEO réserve sa documentation à ses clients, donc il n'est pas possible d'y accéder si on ne l'est pas.

CONGRÈS PARFUMS & COSMÉTIQUES 2021 : LE Q/R DE LA FEBEA – VOLET LOI AGEC

Comme chaque année, en clôture du Congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu les 1er et 2 décembre 2021, l'équipe de la FEBEA au grand complet a répondu aux questions préparées par les congressistes durant les deux jours de conférences. Une séance marquée par les implications de la loi AGEC, notamment sur les allégations "Biodégradable" et environnementales, l'Info-tri et le Point Vert, les modalités de la vente en vrac ou encore l'information sur les perturbateurs endocriniens.

Ont répondu aux questions des congressistes

- Françoise Audebert, Conseillère Scientifique et Réglementaire
- Catherine Bramaud, Conseillère Scientifique et Réglementaire
- Laure Menanteau, Conseillère Scientifique et Réglementaire
- Carlota Vicente, Chargée des Affaires Environnementales
- Xavier Gueant, Directeur juridique
- Valérie Colin, Directrice des Affaires Scientifiques et Réglementaires

Allégation "Biodégradable"

Question

De par l'application de la loi AGEC, l'allégation "Biodégradable" ne sera plus acceptée pour les produits et emballages. Quid des microplastiques ? La notion de biodégradabilité ne pourra plus figurer sur l'étiquette ?

Réponse de Xavier Guéant

L'Article 13 de la loi AGEC prévoit une interdiction générale de l'allégation "Biodégradable" applicable à compter du 1er janvier 2022, et sanctionnable au 1er janvier 2023. On attend encore la version finale du décret d'application de cet Article 13. L'industrie est dans une stratégie de défense de cette allégation, mais au vu des échanges avec les autorités, la fenêtre de tir est extrêmement fine et la possibilité d'alléguer sur la biodégradabilité semble assez compromise, au moins dans un futur proche. Plus globalement sur les obligations environnementales, des travaux vont être entamés en 2022 au niveau européen, en particulier pour réviser la Directive sur les pratiques commerciales déloyales, et on peut espérer des précisions du côté de la Commission. Dans cette attente, je déconseillerais cette allégation.

Question

Qu'en est-il de cette mention "Biodégradable" dans le cadre d'un produit serait labellisé Ecolabel ?

Réponse de Carlota Vicente

Ce label a fait récemment l'objet d'une révision. Le **nouveau référentiel pour les produits cosmétiques** a été publié le 21 octobre, et s'applique jusqu'en 2027. Dans cette nouvelle version, la mention "Biodégradable" a disparu dans les trois mentions optionnelles prévues par l'Écolabel, ce qui signifie qu'en principe, même un produit écolabellisé ne peut plus porter cette mention.

Question

Où en êtes-vous dans la défense de l'allégation "Biodégradable" si des tests sont réalisés sur la formule, vis-à-vis de la concurrence des autres pays européens qui n'interdisent pas aux industriels d'utiliser cette revendication ?

Réponse de Xavier Guéant

La FEBEA travaille avec Cosmetics Europe sur toutes les problématiques que cela peut supposer en termes de conformité au droit européen, mais aussi à la barrière que cela constitue pour la circulation des marchandises qui revendiqueraient la biodégradabilité en dehors de nos frontières. Tous ces points vont évidemment être adressés auprès de la Commission européenne. Nous sommes dans une stratégie de défense pour notamment pouvoir objectiver cette allégation via les normes existantes.

Allégations environnementales

Question

Y a-t-il une norme ou des décrets sur l'appellation "Ocean and Coral Safe" ? Existe-t-il une liste d'ingrédients interdits pour l'utilisation ? Peut-on se baser sur la MSDS des ingrédients en vérifiant s'ils sont H400-quelque chose pour ne pas les utiliser ?

Réponse de Xavier Guéant

Je ne vais pas y répondre directement à cette question-là, parce qu'il faut la replacer un contexte plus général. Je renvoie à la présentation de la DGCCRF par rapport au plan de contrôle 2022 sur les allégations environnementales, également aux lois AGECE et Climat et Résilience, et au fait qu'aujourd'hui, avoir des allégations qui seraient jugées trop globalisante et trop générales est à traiter avec une particulière attention. Je renvoie aussi notamment aux travaux de l'ARPP, et à la nécessité d'avoir des allégations, notamment environnementales, qui remplissent à la fois les critères de véracité et de proportionnalité. Donc je n'encourage pas une société à aller vers ce type d'allégations. Pour autant, ça ne veut pas dire que c'est interdit en tant que tel et il faut quand même garder à l'esprit que sur les allégations environnementales, le cadre européen va évoluer. C'est typiquement le genre d'allégations qui, aujourd'hui, fait l'objet d'une défiance assez importante et qui, à mon avis, pourrait être facilement challengé par des autorités de contrôle. Ensuite, la question est : comment objectiver ce type d'allégations ? Je ne peux qu'encourager le recours à des normes. Mais je doute fort, en l'état actuel des choses, qu'on ait une liste d'ingrédients qui permette d'alléguer de cette sorte. En résumé, je n'ai pas de solution idéale à proposer pour soutenir cette allégation. Se baser sur les H400 peut participer à sa justification, mais pour moi, ce n'est pas suffisant.

Question

Pour l'interdiction de l'allégation "Respectueux de l'environnement" ou tout terme équivalent, est-ce qu'il est prévu un décret ou un texte avec des termes réellement interdits qui ne laisserait pas de place à l'interprétation ?

Réponse de Xavier Guéant

Ce qui est prévu, c'est que ce soit traité dans le guide du CNC (Conseil National de la Consommation) relatif aux allégations environnementales. Ce guide devrait voir le jour courant 2022. Les travaux à ce sujet ont pris du retard, mais en tout cas, la volonté du gouvernement français est que ces mentions équivalentes à "Respectueux de l'environnement" soient dans ce guide.

Question

Y a-t-il des discussions en cours au niveau des associations professionnelles sur l'harmonisation de la méthodologie de calcul de l'impact environnemental et sociétal par les acteurs de l'industrie cosmétique en vue de répondre avec exactitude aux demandes des consommateurs ?

Réponse de Carlota Vicente

La discussion ne se déroule pas réellement au niveau des associations professionnelles, mais un consortium européen a été créé. Il a été initié par cinq entreprises cosmétiques, et a pour objet de travailler sur une méthodologie d'analyse de l'impact environnemental des produits, pour répondre

aussi au contexte réglementaire, que ce soit au niveau français ou au niveau européen. Il est ouvert à toutes les entreprises cosmétiques. Pour obtenir plus d'informations, la FEBEA peut vous mettre en contact avec le cabinet qui gère ce consortium.

Info-tri, Triman et Point Vert

Question

Les distributeurs pourront-ils légalement refuser des produits livrés à partir du 9 septembre 2022 qui n'auraient pas encore l'Info-tri ? Et qu'en est-il à partir de mars 2023 ?

Réponse de Carlota Vicente

Entrée en vigueur le 1er janvier 2022, la nouvelle signalétique de l'Info-tri devra obligatoirement figurer sur les produits le 9 septembre 2022 au plus tard, à l'exception des produits et emballages fabriqués ou importés avant cette date, qui pourront être écoulés jusqu'au 8 mars 2023. Cette obligation concerne les metteurs sur le marché et non les distributeurs, qui peuvent donc tout à fait continuer de vendre ces produits après le 8 mars 2023 jusqu'à écoulement. Légalement, ils n'ont pas le droit de refuser. En pratique, c'est vrai qu'il y a un risque de mauvaise compréhension de ce délai, mais c'est bien ce que prévoit le décret d'application.

Réponse de Xavier Guéant

Pour compléter la réponse de Carlota, ce type de difficultés avec les distributeurs sur ce point est un sujet extrêmement important, puisque cela peut constituer des pratiques restrictives de concurrence qu'il faut remonter à la DGCCRF.

Question

Est-ce que cette signalétique de l'info-tri doit être sur le pack secondaire et sur le primaire ? Et la dématérialisation est-elle possible par tous les moyens (réseaux sociaux, site Internet, QR code...)?

Réponse de Carlota Vicente

Pour la première question, il faut comprendre qu'au sens de la Directive Emballages, la notion de pack primaire et secondaire n'est pas tout à fait la même que celle qu'on utilise en cosmétique. Au sens de cette Directive, un étui reste un emballage primaire. Donc, à ce titre, on a tout à fait le droit d'apposer l'Info-tri sur l'étui, à condition de bien indiquer le geste de tri pour l'ensemble des éléments de l'emballage. Par exemple, s'il y a un étui et un flacon, il faut indiquer le geste de tri pour l'étui, mais aussi pour le flacon.

Concernant la dématérialisation, la loi ne précise pas comment elle doit être mise en œuvre. Elle mentionne juste cette possibilité pour les exemptions. Ce qui fait qu'on reste libre de la mettre en œuvre comme on veut : cela peut être QR code, l'indication d'un site Internet, le renvoi vers une application...

Question

Devons-nous étiqueter les nouvelles instructions de recyclage sur les prêts à vendre ?

Réponse de Carlota Vicente

Les prêts à vendre sont des emballages commerciaux qui contiennent des produits à destination des ménages et ne sont pas concernés par l'obligation d'apposer le Triman.

Question

Quelles sont les sanctions prévues en cas de mise sur le marché après le 9 mars 2023 de produits ne comportant ni le logo Triman, ni les consignes de tri ?

Réponse de Xavier Guéant

Le Code de l'environnement prévoit une amende administrative allant jusqu'à 15 000 euros. C'est une sanction qui est encourue pour tout manquement. Évidemment, ce sera du cas par cas. Il faut rappeler que c'est une sanction administrative qui obéit à des règles de proportionnalité. Si on parle de l'Info-tri et de Triman, il est quand même assez vraisemblable que du côté de la DGCCRF qui va être en charge de ces contrôles, on sera quand même au départ sur des contrôles plutôt pédagogiques, en premier lieu des avertissements, voire des injonctions, et seulement ensuite des amendes qui pourront aller de 1 à 15 000 € en fonction de la gravité et de la répétition des manquements qui auraient pu être constatés, et aussi de la bonne foi de l'opérateur qui aurait mis tout en œuvre pour se conformer aux délais.

Question

L'obligation de la présence de l'Info-tri sur les packs dès fin 2022 arrive dans un délai très court pour modifier les emballages sans les détruire, ce qui ne serait pas du tout conforme au principe de l'économie circulaire. Comment sont envisagés les contrôles ? À quoi on peut s'attendre en cas de non-conformité ?

Réponse de Xavier Guéant

Je pense que dans un premier temps, on sera surtout sur des contrôles pédagogiques. L'idée est de se mettre en conformité autant que possible. Évidemment, il y a toute une série d'impondérables par rapport à la chaîne d'approvisionnement, surtout en ce moment. Donc, il faut que vous soyez en mesure de prouver votre bonne foi si vous n'êtes pas complètement d'équerre à la deadline en 2023. À ce moment-là, il faut s'attendre à plutôt une sanction de nature pédagogique de la part des DDPP (Directions Départementales de la Protection des Populations) et pas nécessairement une amende en premier lieu. Il faut rappeler que la mission des DDPP est aussi de protéger les populations et il y a d'autres sujets plus prioritaires, à mon sens, qui pourraient donner lieu à des sanctions pécuniaires. Là, en l'occurrence, il n'y a pas de raison, en tout cas sur 2023, de s'imaginer de fortes sanctions ou une réaction très coercitive des DDPP.

Question

Quels sont les pays en Europe où le Point Vert reste obligatoire à date ?

Réponse de Carlota Vicente

On avait encore cette obligation à Chypre et en Espagne, mais depuis mai dernier, le point Vert n'est plus obligatoire à Chypre. Il reste obligatoire en Espagne, mais un projet de loi est en train d'être discuté, qui prévoit, comme la loi AGEC, une pénalité sur le Point Vert. Même si en France, aujourd'hui, la pénalité est suspendue, la recommandation de la FEBEA reste d'enlever le Point Vert dans les meilleurs délais, pour éviter d'avoir à payer ces pénalités et puisque de toute façon, il est voué à disparaître.

Vente en vrac

Question

Pour la vente en vrac, est-il prévu d'établir une réglementation ou des normes pour les cosmétiques ? Si oui, quel serait le délai de publication ?

Réponse de Xavier Guéant

Il y a en fait deux cadres pour le vrac aujourd'hui. Le vrac est défini par la loi AGEC dans le Code de la consommation. Et puis, il y a ce qui, par abus de langage, a été identifié comme étant le développement du vrac dans la loi Climat et Résilience d'août dernier. En fait, on ne parle pas seulement de vrac, mais aussi de vente sans emballage primaire. Je pense que la question fait plutôt référence à ce qu'il y a dans la loi Climat et Résilience, et à l'obligation, à terme, d'avoir de la vente en vrac / vente sans emballage primaire. Ce que dit la loi Climat et Résilience, c'est que d'ici à 2030,

toutes les grandes surfaces de plus de 400 m² doivent dédier 20 % de leur surface de vente au vrac. Ensuite est introduit par voie de décret, la possibilité d'avoir des spécifications à la fois par secteur et par circuit de vente. Pourquoi ? Parce que quand vous vendez dans un Sephora, un Marionnaud ou chez Carrefour, la surface de vente allouée au vrac ne s'apprécie pas de la même façon puisque, par exemple, on n'a essentiellement dans un Sephora ou un Marionnaud que des produits cosmétiques. Donc, l'idée, c'est que, par voie de décret, on ait des indicateurs équivalents à la surface et aux 20 % qui soient pris en compte. Ce décret doit encore être discuté. Ensuite, une autre question se pose, à savoir : comment tout cela va s'organiser en termes de répartition de responsabilités entre la Personne Responsable et le distributeur. Au niveau de la FEBEA, nous avons un groupe de travail dédié et on discute très largement avec la DGCCRF sur ces questions. Une chose est certaine, c'est que la DGCCRF a parfaitement conscience des difficultés qui peuvent se présenter entre, d'un côté, les objectifs de développement de la vente en vrac et d'un autre côté, le respect du Règlement Cosmétiques et les questions de santé, hygiène et sécurité. Donc, affaire à suivre.

Perturbateurs endocriniens

Question

Y a-t-il une liste provisoire de perturbateurs endocriniens, en attendant la liste officielle, afin d'anticiper et de ne pas incorporer ces substances dans les nouveaux développements ?

Réponse de Françoise Audebert

J'imagine qu'on parle de la liste loi AGEC. Il y a une liste provisoire. Grosso modo, ce sont les SVHC considérées PE, auxquelles s'ajoute pour le moment (mais le projet de texte a été soumis à la Commission européenne, encore faut-il qu'il soit accepté), la vitamine D et ou un certain nombre de substances qui sont des produits d'alkylation avec des chaînes carbonées.

Question

En parallèle de la liste des perturbateurs endocriniens indiqués dans le projet de décret prévu par la loi AGEC, l'ANSES travaille sur une liste de 16 substances. Quel sera l'impact de la publication de cette liste ? Comment sera-t-elle applicable et sous quel délai ?

Réponse de Françoise Audebert

Il s'agit d'**une liste de 16 substances prioritaires**, ce qui signifie que l'ANSES considère qu'il faut faire une évaluation de la sécurité de ces substances. Elles doivent rentrer petit à petit dans le programme d'évaluation de l'ANSES lancé au niveau national.

Champ d'application

Question

Les obligations de la loi AGEC type 3R, déclaration des perturbateurs endocriniens, logo Triman, consignes de tri, etc., concernent-elles uniquement les produits mis sur le marché en France ou bien aussi les produits mis sur le marché dans l'Union européenne ?

Réponse de Carlota Vicente

Toutes ces obligations de la loi AGEC concernent uniquement le marché français.

LA REP, UNE OBLIGATION LÉGALE... VALORISABLE !

Les principes de la REP (Responsabilité Élargie des Producteurs) ne sont pas nouveaux, mais ils reviennent en force sur le devant de la scène depuis la publication de la loi relative à l'Anti-Gaspillage et à l'Économie Circulaire (dite loi AGECE). Emballages utilisés par les ménages aujourd'hui, les professionnels demain, lingettes bientôt...sont ou vont entrer dans ce type de dispositif. Lors des Rencontre Règlementaires organisées par Cosmed le 25 mars 2024, Raphaëlle Jeannel, Avocate au Barreau de Paris (Cabinet Huglo Lepage) a expliqué dans les détails ce qu'est une REP et les obligations qui en découlent... avant de montrer comment en tirer le meilleur.

Le but d'une REP est d'impliquer davantage les producteurs dans le cycle de vie des produits qu'ils élaborent, fabriquent, importent, exportent, traitent, vendent ou mettent à disposition, et ce dès le stade de leur conception.

Le principe de la Responsabilité Élargie des Producteurs a été introduit en droit français en 1975, et la première filière mise en place en 1992 pour les emballages ménagers. La Directive européenne de 1994 sur les emballages impose l'instauration d'une telle REP dans tous les États membres à compter du 1er janvier 2025.

Des dispositifs similaires ont ensuite été instaurés en France pour élargir progressivement cette modalité de gestion des déchets à d'autres produits usagés, comme les piles et accumulateurs, les papiers, les équipements électriques et électroniques...

Le principe des REP s'est récemment réaffirmé, notamment avec l'adoption au sein de l'Union européenne du paquet "Économie Circulaire", et en France, avec la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (loi AGECE), publiée en février 2020. Elle a notamment institué 11 nouvelles filières REP, et notamment celle pour les textiles sanitaires à usage uniques (parmi lesquels les lingettes pré-imbibées).

Les principes d'une REP

L'Article L.541-10 du Code de l'environnement définit la Responsabilité Élargie du Producteur et précise que *"toute personne physique ou morale qui élabore, fabrique, manipule, traite, vend ou importe des produits générateurs de déchets [...] est tenue de pourvoir ou de contribuer à la prévention et à la gestion des déchets qui en proviennent ainsi que d'adopter une démarche d'écoconception des produits"*.

L'objet de la REP est donc de faire assurer la gestion des déchets issus des produits mis sur le marché par leur fabricant, leur distributeur ou leur importateur.

Les produits concernés

L'Article L.541-10-1 du Code de l'environnement donne une liste des produits qui relèvent du principe de la Responsabilité Élargie du Producteur. Sont notamment concernés :

- les emballages servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les ménages, y compris ceux utilisés hors foyer,
- les emballages servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les professionnels (à compter du 1er janvier 2025),
- les textiles sanitaires à usage unique, y compris les lingettes pré-imbibées pour usages corporels et domestiques (à compter du 1er janvier 2024).

La seule REP applicable aujourd'hui est celle qui concerne les emballages servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les ménages (dont font partie la plupart des produits cosmétiques).

Les obligations du producteur

Quatre obligations principales découlent d'une filière REP.

1. Pourvoir ou contribuer à la gestion des déchets provenant des produits mis sur le marché

Cette obligation peut se remplir selon deux modalités :

- la mise en place par les producteurs d'un (ou plusieurs) éco-organisme(s) agréé(s) dont ils assurent la gouvernance, au(x)quel(s) ils transfèrent leurs obligations (c'est donc l'éco-organisme qui devient le détenteur des déchets, et c'est sur lui que pèse l'obligation d'en assurer la gestion) en échange du versement d'une contribution financière (à ce jour, deux éco-organismes sont agréés par les pouvoirs publics pour les emballages ménagers : CITEO et LEKO) ;
- dans le cas où le producteur ne passe pas par un éco-organisme, la mise en place d'un système individuel de collecte et de traitement agréé des déchets : les produits concernés doivent porter un marquage permettant d'en identifier l'origine, le système doit assurer une reprise sans frais des déchets en tout point du territoire national, et il doit disposer d'une garantie financière, un système assez lourd à gérer pour une entreprise.

2. Apposer une signalétique sur la règle de tri

Il s'agit principalement du logo Triman qui doit être apposé sur tout produit recyclable relevant d'une consigne de tri et qui est soumis à un dispositif de REP. Cette obligation, à compter du 1er janvier 2022, sera étendue à tous les produits mis sur le marché à destination des ménages, et le logo devra être accompagné d'une information précisant les modalités de tri ou d'apport du déchet issu du produit (Article L.541-9-3 du Code de l'environnement).

3. Élaborer un plan de prévention et d'écoconception

Cette disposition est prévue par l'Article L.541-10-12 du Code de l'environnement.

4. S'enregistrer auprès de l'ADEME

À compter du 1er janvier 2022 également, les producteurs seront aussi soumis à l'obligation de s'enregistrer auprès de l'ADEME, qui leur délivrera un identifiant unique à faire figurer dans leurs Conditions Générales de Vente et sur leur site Internet.

La REP emballages ménagers

Les obligations en la matière existent depuis 1994 et ne sont pas appelées à changer d'ici 2023. Les Articles R.543-54 et R.543-56 du Code de l'environnement précisent quels sont les emballages et les producteurs concernés par cette REP.

Qui est concerné et pour quels emballages ?

Le texte indique que *“tout producteur, tout importateur dont les produits sont commercialisés dans des emballages [...] ou, si le producteur ou l'importateur ne peuvent être identifiés, la personne responsable de la première mise sur le marché”* est tenu de contribuer à la gestion des déchets de l'ensemble des déchets d'emballages.

Un producteur est *“quiconque, qui, à titre professionnel, emballe ou fait emballer ses produits en vue de leur mise sur le marché”*.

Un emballage est *“toute forme de contenants ou de supports destinés à contenir un produit, en faciliter le transport ou la présentation à la vente”*.

C'est donc une définition extrêmement large, qui couvre non seulement le packaging secondaire, mais le tube ou le pot de crème...

Les obligations

Deux types d'obligations sont prévues.

Pourvoir à la gestion des déchets issus de l'emballage de produits mis sur le marché :

- en adhérant à un éco-organisme agréé et en lui versant une écocontribution, ou
- en mettant en place un système individuel de collecte et de traitement agréé.

Transmettre à l'ADEME les données sur les produits mis sur le marché :

- données relatives au montant des contributions versées aux éco-organismes,
- données statistiques relatives aux quantités d'emballages mises sur le marché par catégories, matériaux et secteurs d'activité homogènes.

“J’attire votre attention sur le fait que les éco-organismes sont tenus de rechercher et d’identifier les producteurs qui ne remplissent pas leurs obligations, c’est-à-dire qui n’adhèrent pas à un éco-organisme ou qui n’ont pas mis en place un système individuel”, a averti Raphaëlle Jeannel. “Ils sont tenus de le signifier par lettre recommandée avec accusé de réception au producteur et, en l’absence de régularisation, ils doivent en informer l’administration. Ces obligations sont prévues par leur cahier des charges”.

Les sanctions

Un mécanisme gradué de sanctions est prévu par l'Article L.541-9-5 du Code de l'environnement pour assurer le respect des obligations attachées à une REP.

Lorsqu'il est estimé qu'une personne ne respecte pas ses obligations, une procédure contradictoire est prévue :

- la personne concernée en est informée,
- elle est mise à même de présenter ses observations dans un délai d'un mois, et peut le faire en étant représenté par un avocat.

Si le non-respect des obligations est confirmé, le ministre de l'Environnement peut imposer une sanction administrative qui prend la forme d'une amende. Son montant tient compte de la gravité des manquements constatés et des avantages qui sont retirés, mais il ne peut pas excéder 1500 euros pour une personne physique et 7500 euros pour une personne morale, par unité ou par tonne de produits concernés.

Enfin, en cas de non-respect des obligations d'enregistrement et de transmission des données auprès de l'ADEME, une amende administrative d'un montant maximal de 30 000 euros sera encourue à compter du 1er janvier 2022.

Le calcul et la modulation de l'écocontribution

Les modalités de détermination de l'écocontribution sont fixées par l'Article L.541-10-2 du Code de l'environnement.

Les éco-contributions doivent satisfaire à plusieurs caractéristiques :

- elles doivent a minima couvrir les coûts de prévention, de la collecte, du transport et du traitement des déchets,
- elles peuvent inclure des coûts nécessaires pour atteindre certains objectifs quantitatifs ou qualitatifs fixés par la filière (par exemple, pour les emballages ménagers, la réduction des emballages plastiques à usage unique),
- elles intègrent par déduction, dans le montant global, les revenus tirés de la valorisation des déchets.

Les emballages des produits destinés aux ménages étant pour l'essentiel récupérés par les collectivités locales et gérés dans le cadre du service public de gestion des déchets ménagers, l'objectif de la REP est de financer la prise en charge et la valorisation ultérieure des déchets par le reversement d'une partie des contributions à ces collectivités locales.

Le montant

Les modalités de fixation de l'écocontribution sont précisées par l'Article L.543-58-1 du Code de l'Environnement et par le cahier des charges de la filière.

Aujourd'hui, l'écocontribution dépend de la quantité d'emballages mis sur le marché chaque année. Elle est fonction :

- des matériaux d'emballage utilisés,
- du poids des emballages utilisés,
- du nombre d'unités de vente au consommateur (UVC) mis sur le marché.

Pour les entreprises qui mettent sur le marché de petites quantités d'emballages (moins de 10 000 UVC), les démarches sont facilitées. Chaque éco-organisme agréé propose un forfait annuel de 80 euros sans déclaration détaillée des produits mis sur le marché.

La modulation

L'Article L.541-10-3 du Code de l'environnement prévoit la possibilité de moduler, sous réserve de faisabilité technique, cette écocontribution selon les critères qu'il liste :

- la quantité de matière utilisée,
- l'incorporation de matière recyclée,
- l'emploi de ressources renouvelables gérées durablement,
- la durabilité,
- la réparabilité,
- les possibilités de ré-emploi ou de réutilisation,
- la recyclabilité,
- la visée publicitaire ou promotionnelle du produit ou de l'emballage,
- l'absence d'écotoxicité,
- la présence de substances dangereuses.

C'est donc la prise en compte du degré de "virtuosité" d'un produit et de son emballage dans un objectif d'économie circulaire et préservation des ressources, et cela prend deux formes opposées :

- une prime, lorsqu'un produit remplit les critères de performance environnementale,
- une pénalité, lorsqu'un produit s'éloigne des critères de performance environnementale.

Des bonus sont ainsi accordés :

- pour des actions de sensibilisation aux gestes de tri par apposition du logo Tri-man et/ou l'adjonction d'un message de sensibilisation aux gestes de tri ou d'information sur le tri,
- pour l'amélioration de la recyclabilité des emballages,
- lorsque les emballages ménagers sont ré-employables.

Il y a également une prime pour les emballages des produits en plastique qui incorporent au moins 10 % de matières plastiques issues du recyclage des emballages ménagers.

À l'inverse, un malus est appliqué en cas de :

- suremballage, en fonction du nombre de nombre d'emballages au sein d'une UVC,
- nécessité de mettre en œuvre des mesures spécifiques pour assurer le recyclage des emballages,
- non-recyclabilité de l'emballage,

- présence de perturbateurs au geste de tri,
- présence, après recyclage, de substances susceptibles de compromettre l'utilisation du matériau recyclé.

Trois points à noter ici.

- Il n'y a pas de prime ou de bonus possible lorsqu'un emballage est affecté d'un malus ou d'une pénalité en lien avec la présence de perturbateurs de tri ou pour le recyclage, ou de substances susceptibles de compromettre l'utilisation du matériau recyclé après recyclage.
- À partir du 1er avril 2021, une pénalité équivalente au montant de la contribution hors primes ou pénalités devait être affectée aux emballages de produits sur lesquels est apposée une signalétique ou un marquage pouvant induire une confusion sur la règle de tri (notamment le Point Vert) ou d'apport du déchet. Mais une ordonnance du Conseil d'État a été adoptée le 15 mars, qui vient suspendre cette interdiction d'apposer une signalétique faisant confusion pour les règles de tri. Pour l'instant, cette mesure est donc suspendue jusqu'à ce que le Conseil d'État statue sur le fond.
- Au plus tard le 1er janvier 2022, une pénalité devrait être appliquée aux emballages plastiques qui ne peuvent intégrer une filière de recyclage en fin de vie.

Limitation des emballages plastiques à usage unique

La loi AGEC a introduit un nouvel article dans le Code de l'environnement (L.541-10-17), qui fixe un objectif de fin de mise sur le marché des emballages plastiques à usage unique d'ici 2040. Cet objectif n'est, à ce jour, ni contraignant ni sanctionné, mais des étapes par paliers de cinq ans doivent être définies avec des objectifs intermédiaires de réduction, de réutilisation et de ré-emploi, de recyclage des emballages plastiques à usage unique.

La future filière REP "Lingettes"

Elle a été introduite par la Directive européenne 2019/904 du 5 juin 2019 relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, qui prévoit l'adoption de plusieurs mesures qui concernent les lingettes à usage unique.

Ainsi, d'ici au 3 juillet 2021, l'emballage des lingettes devra porter un marquage visible, nettement lisible et indélébile, informant les consommateurs de plusieurs éléments :

- les solutions appropriées de gestion des déchets issus du produit ou les moyens d'élimination des déchets à éviter,
- la présence de plastique dans le produit et les effets nocifs sur l'environnement résultant du dépôt sauvage ou d'autres moyens d'élimination inappropriés des déchets issus du produit.

Des mesures d'information devront également être adoptées d'ici le 3 juillet 2021 afin d'encourager des habitudes de consommation responsables et de réduire les déchets sauvages. Les informations porteront notamment sur :

- la disponibilité de produits alternatifs réutilisables, de systèmes de ré-emploi et de solutions de gestion des déchets pour ces produits, ainsi que les meilleures pratiques de gestion rationnelle des déchets appliquées conformément à l'Article 13 de la Directive 2008/98/CE,
- l'incidence sur l'environnement, et en particulier sur le milieu marin, du dépôt sauvage de déchets et d'autres formes d'élimination inappropriée de déchets issus de ces produits,
- l'incidence d'une élimination inappropriée des déchets issus de ces produits en plastique à usage unique sur le réseau d'assainissement.

Enfin, les lingettes devront relever d'un système de REP d'ici au 31 décembre 2024 pour couvrir :

- les coûts des mesures de sensibilisation visées à l'Article 10 de la Directive en ce qui concerne ces produits,
- les coûts du nettoyage des déchets sauvages issus de ces produits, ainsi que du transport et du

traitement ultérieurs de ces déchets sauvages,

- les coûts de la collecte des données et de leur communication conformément à l'Article 8 bis, paragraphe 1, point c) de la Directive.

La REP, un levier pour anticiper les changements qui s'annoncent

En conclusion de son intervention, Raphaëlle Jeannel a tenu à souligner le bon côté des choses.

Certes, une REP est une obligation légale qui a un coût. Mais elle peut être modulée et accompagner une démarche d'adaptation aux exigences à venir pour une économie plus circulaire.

Elle peut ainsi être vue comme une incitation à produire, utiliser, mettre sur le marché des produits "vertueux" qui permettent de limiter la production de déchets et de faciliter leur valorisation (ré-emploi, recyclage, etc).

Plusieurs solutions sont envisageables dans ce cadre :

- concevoir différemment,
- faire plus de prévention auprès des utilisateurs,
- intégrer des matériaux recyclés,
- travailler en amont avec les fournisseurs d'emballages pour privilégier des emballages éco-conçus...

Autant d'actions qui peuvent aussi être valorisées dans les discours marketing. Tant qu'à devoir s'adapter à de nouvelles obligations, autant le faire de la façon la plus profitable qui soit...

L'ARRÊTÉ "DONNÉES DES FILIÈRES REP"

L'Arrêté relatif aux données des filières à Responsabilité Élargie des Producteurs (REP), une des déclinaisons de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (loi AGEC) a été publié au *Journal Officiel de la République Française* le 14 décembre 2022. Il fixe la nature des données et informations que les producteurs soumis au principe de REP et leurs éco-organismes doivent fournir chaque année, ainsi que les modalités de leur mise à disposition, auprès de l'ADEME et du public.

Cet Arrêté stipule que les éco-organismes et les producteurs ayant mis en place un système individuel doivent désormais transmettre à l'autorité chargée du suivi et de l'observation des filières REP (l'ADEME), au plus tard le 30 avril de chaque année (n), les informations relatives aux produits qu'ils ont mis sur le marché l'année précédente (n-1).

Cette obligation est applicable dès 2023 pour les données portant sur 2022.

Les informations à fournir comprennent :

- les données relatives aux produits mis sur le marché (l'ADEME peut proposer, en lien avec les éco-organismes de détailler ces informations suivant les catégories de produits identifiées par les éco-organismes dans leurs barèmes de contributions financières),
- les données relatives à la collecte des déchets (quantité de déchets collectés par département, nombre de points de collecte par département),
- les données relatives à la gestion des déchets (quantités de déchets traités exprimées en tonne, avec des données sur le tri et le recyclage),
- les données relatives au réemploi et à la préparation en vue de la réutilisation des produits usagés (quantité de produits réemployée ou la quantité préparée en vue de la réutilisation, quantité de produits orientée vers un autre mode de valorisation)...

L'ADEME et les éco-organismes seront ensuite en charge de mettre certaines de ces informations à disposition du public, notamment :

- les quantités de produits mis sur le marché et le niveau de réalisation des objectifs de prévention et de gestion des déchets,
- les quantités de déchets collectés et traités,
- les contributions financières versées par les producteurs par unité vendue ou par tonne de produits mis sur le marché...

Les modalités spécifiques aux emballages ménagers de l'Hygiène/Beauté

Les définitions

Le terme "producteur" désigne :

- la personne qui emballe ou fait emballer des produits en vue de leur mise sur le marché,
- l'importateur (en provenance de l'UE ou d'un pays tiers) de produits commercialisés dans des emballages,
- le facilitateur de la vente à distance ou de la livraison des produits,
- la personne responsable de la première mise sur le marché de ces produits (à défaut).

Le terme "UVC" désigne :

- une Unité de Vente au Consommateur (UVC), c'est-à-dire une unité de produit conditionné qu'un consommateur peut acheter séparément des autres.

L'UVC peut être composée de différents éléments de différents matériaux.

Les matériaux concernés :

- Acier
- Aluminium
- Papier carton, en distinguant non complexé et complexé
- Plastique, en distinguant le type de résines le cas échéant
- Verre
- Bois
- Autres matériaux

Données relatives aux produits mis sur le marché

Les informations à transmettre :

- la quantité d'emballages mis sur le marché, exprimée en UVC et en tonne, ventilée par matériau, en précisant le statut de producteur.

Cette quantité sera ventilée :

- par secteurs d'activités, et le cas échéant par sous-secteurs d'activités,
- par matériau majoritaire en poids,
- par caractère en distinguant : -> les emballages réemployés,
-> les emballages réemployables et, le cas échéant, ceux relevant de gammes standards définis par l'éco-organisme,
-> les emballages à usage unique.

Données relatives à la gestion des déchets

Sont à transmettre ici :

- pour chaque collectivité territoriale, et pour chaque standard : la quantité de déchets d'emballages ménagers soutenue par l'éco-organisme, exprimée en tonne ; la quantité de déchets d'emballages ménagers pris en charge sans passer par un centre de tri ou sans faire l'objet d'une opération de tri, par repreneur...,
- pour chaque installation de traitement et pour chaque standard : l'identifiant du repreneur en contrat avec l'installation ainsi que la quantité de déchets d'emballages qu'il a repris en sortie de ces installations, exprimée en tonne...,
- pour chaque acteur économique ayant collecté ou fait collecter les déchets d'emballages ménagers hors service public de prévention et de gestion des déchets : la quantité de déchets d'emballages soutenue par l'éco-organisme par standard, exprimée en tonne....

Autres données

Sont également à fournir, notamment :

- concernant les contributions financières perçues :
-> le montant total des contributions à l'UVC,
-> le montant total des contributions au poids détaillé par matériau ;
- concernant l'éco-conception :
-> les dépenses d'accompagnement à l'éco-conception,
-> le nombre d'adhérents avec accompagnement à l'éco-conception.

Source

- **Arrêté du 12 décembre 2022 relatif aux données des filières à responsabilité élargie des producteurs (REP)**, NOR : TREP2138822A, Journal Officiel de la République Française n°0289, Texte n° 22, 14 décembre 2022

LE VRAC : NOUVEAU MODE DE DISTRIBUTION BIENTÔT INCONTOURNABLE

Il permet de limiter emballages et gaspillage, s'inscrit dans les réglementations environnementales en cours de développement, devient même une "pratique commerciale encouragée"... Le vrac est devenu plus que tendance et bientôt quasi obligatoire. La cosmétique doit s'y mettre plus largement qu'elle ne le fait aujourd'hui... ce qui ne va pas sans quelques adaptations et difficultés à surmonter. Lors des Rencontres Règlementaires organisées par Cosmed le 25 mars 2021, Lucia Pereira, Directrice des Affaires Juridiques de Réseau Vrac, est venue détailler comment la filière de la vente en vrac est en train de se structurer.

Réseau Vrac, l'association des professionnels de la filière vrac, a été créée il y a cinq ans avec plusieurs objectifs :

- sécuriser les pratiques des fournisseurs qui acceptent que leurs produits soient vendus en vrac, des commerçants qui veulent les distribuer et des consommateurs qui décident de les acheter,
- rendre le vrac accessible pour tous les produits (aujourd'hui, on trouve en vrac principalement des produits alimentaires, des cosmétiques et des détergents, alors que tous les produits de grande consommation peuvent être vendus de cette façon),
- rendre les produits en vrac disponibles dans tous les lieux d'achat, commerces physiques mais aussi en ligne,
- rendre le vrac pratique,
- générer un impact environnemental et social positif.

Réseau Vrac est une association "loi 1901" qui regroupe aujourd'hui plus de 1 800 professionnels de toute la chaîne de valeur du vrac : fabricants (dont une centaine de fabricants de produits cosmétiques), transformateurs, équipementiers (qui fabriquent les équipements de vente en vrac), prestataires de services, distributeurs (majoritairement magasins spécialisés "vrac" ou magasins bio, les enseignes de GMS n'étant pas aujourd'hui adhérents du réseau), porteurs de projets...

L'association est présente dans 14 pays : Belgique, Luxembourg, Italie, Islande, Suisse, Canada, Chine, Pays-Bas, Portugal, Israël, Uruguay, Sénégal, Monaco, États-Unis.

Pour s'adapter à l'internationalisation de son activité, Réseau Vrac est en train de faire traduire en anglais son site Internet et ses outils juridiques, pour faire en sorte que les conditions et la réglementation de la vente en vrac soient harmonisées partout dans le monde.

Les actions de Réseau Vrac

L'association entend démocratiser la vente en vrac au travers de trois leviers.

Structurer

L'association mène des actions de lobbying pour inscrire dans la réglementation un cadre clair pour la vente en vrac de produits alimentaires, détergents, cosmétiques ou tout produit de grande consommation.

Elle organise aussi des formations métiers et anime des groupes de travail.

Ce volet est particulièrement important d'un point de vue réglementaire.

Développer

L'association met en place des outils et des services pour développer la vente en vrac, met en réseau les différents acteurs, organise le Salon du vrac, élabore des partenariats-clés avec des organismes comme Ecocert, par exemple.

Encourager

Il s'agit là d'encourager les citoyens, les collectivités, les entreprises, les journalistes à populariser la vente en vrac et la rendre désirable.

L'adaptation de la réglementation

Dans ce cadre, Réseau Vrac a pris contact avec les autorités compétentes pour faire lever les freins à la vente en vrac qui existent dans les textes fixant les règles de fabrication ou de commercialisation des produits.

“Ces textes, en effet, ont été adoptés à une époque où on n’imaginait pas que certains produits pourraient être vendus sans emballage primaire, et imposent donc des restrictions qui ne sont pas forcément justifiées, notamment quand ils imposent un emballage”, a expliqué Lucia Pereira. “Ils doivent donc être adaptés. On a réussi à faire lever certains freins, par exemple pour l’huile d’olive et les produits cosmétiques. On a ainsi aujourd’hui une réglementation qui n’est pas forcément inscrite dans le Règlement européen 1223/2009, mais qui constitue un cadre clair accepté par la DGCCRF et l’ANSM, notamment pour la vente en vrac des produits cosmétiques liquides”.

La formation des parties prenantes

Les formations (Réseau Vrac en a créé huit) sont particulièrement importantes pour les commerces qui vendent des produits cosmétiques en vrac : les autorités compétentes ont recommandé très clairement que ces commerces soient formés aux bonnes pratiques de la vente en vrac.

L'apport des groupes de travail

Réseau Vrac a mis en place plusieurs groupes de travail sont conçus pour aborder les problématiques des différentes filières :

- le groupe de travail “Emballages vrac amont” vise à réduire les déchets d'emballage entre le fournisseur et le distributeur, car si le vrac a un effet certain au niveau du consommateur qui utilise des contenants réutilisables, la problématique des déchets et du réemploi des emballages existe encore en amont : un travail de standardisation et de définition de protocoles de nettoyage sera mené dans ce cadre ;
- le groupe de travail “Cosmétique vrac B2C” travaille au réemploi des contenants réutilisables par le consommateur, en collaboration avec Cosmébio et Ecocert ;
- un autre groupe travaille sur les durées de vie secondaires en alimentaire, d'autres sont en cours de constitution, comme celui intitulé “Cosmétiques vrac B2B”.

Le marché du vrac

C'est un marché en plein essor qui a connu une croissance de plus de 41 % entre 2018 et 2019 pour atteindre 1,2 millions d'euros HT, un chiffre qui regroupe les épiceries spécialisées vrac, les rayons vrac des magasins bio et de la GMS.

La croissance s'est cependant ralentie avec la crise sanitaire puisque beaucoup de magasins, notamment de la GMS, ont dû fermer leurs rayons.

“Le Réseau Vrac a mis en place des recommandations, notamment d'hygiène et de règles de réutilisation des contenants, spécifiques pour cette période. Et on doit noter que les commerces spécialisés vrac ont continué à croître malgré la crise sanitaire”, a commenté Lucia Pereira.

Malgré tout, les perspectives de croissance sont bonnes : le marché vrac devrait atteindre 3,2 millions d'euros en 2022. Et le cadre législatif qui se met en place, notamment avec la loi AGECE, encourage la vente en vrac...

Aujourd'hui, 37 % des foyers français déclarent acheter en vrac. 46 % d'entre eux sont des consommateurs réguliers et achètent en vrac au moins une fois par mois. 62 % des foyers français souhaitent pouvoir trouver plus de produits en vrac dans leurs magasins, et cela concerne les produits d'hygiène et de beauté pour 43 % d'entre eux, qui aimeraient trouver leurs marques habituelles en vrac, dans leurs commerces habituels.

Il reste cependant des freins à la vente en vrac :

- la perception des prix : pour 37 % des consommateurs, ils paraissent souvent élevés, mais selon Lucia Pereira, c'est principalement lié au fait qu'on trouve aujourd'hui principalement en vrac des produits labellisés bio,
- 29 % des consommateurs hésitent à passer au vrac pour des raisons d'hygiène,
- 28 % trouvent le système trop peu pratique,
- 28 % estiment manquer d'informations sur les produits proposés en vrac,
- 24 % regrettent de ne pas trouver d'offre en vrac dans leurs magasins habituels,
- 20 % déplorent que leurs marques habituelles ne soient pas disponibles en vrac.

“Aujourd'hui, il y a deux niveaux de vendeurs en vrac”, a expliqué Lucia Pereira. “Il y a d'une part les commerces qui sont formés aux bonnes pratiques d'hygiène de la vente en vrac, et d'autre part des commerces qui font du vrac mais qui n'ont pas les outils adéquats. Cela entraîne un frein chez les consommateurs parce qu'ils s'interrogent sur les règles qui doivent être respectées. L'objectif de Réseau Vrac est que nos recommandations d'hygiène deviennent la règle pour tous les commerces, pour que les rayons soient au même niveau d'hygiène partout et que cela change la perception du consommateur”.

Les évolutions réglementaires

Le cadre législatif français est aujourd'hui très favorable au vrac au travers de trois vecteurs :

- la loi AGECE,
- le projet de Décret 3R,
- le projet de loi Climat et Résilience, issu de la Convention citoyenne pour le climat.

La loi AGECE

La loi relative à l'Anti-Gaspillage et à l'Économie Circulaire a été adoptée le 10 février 2020 et inclut une définition de la vente en vrac. Cette définition, pour laquelle Réseau Vrac a plaidé, a surtout été conçue pour l'alimentaire, de façon à distinguer la vente en vrac de la vente à la coupe.

“Aujourd'hui, les règles d'étiquetage qui s'appliquent à la vente en vrac en libre-service sont les mêmes que celles qui s'appliquent à la vente de produits sans emballage. Or, il y a une grosse différence entre ces deux modalités de vente, notamment l'absence du commerçant et de la source d'informations qu'il représente (traçabilité, conservation, etc.). Cette définition spécifique de la vente en vrac va permettre de définir des règles d'étiquetage spécifiques pour cette modalité de vente”, a expliqué Lucia Pereira.

Cette définition est inscrite dans une section intitulée “Pratique commerciale encouragée”.

“On connaissait les pratiques commerciales agressives, les pratiques commerciales déloyales, maintenant, on a les pratiques commerciales encouragées et la première d'entre elles est donc la vente en vrac. Nous sommes très fiers que les pouvoirs publics aient inscrit la vente en vrac dans cette nouvelle section”, a commenté Lucia Pereira.

À noter que cette section “Pratique commerciale encouragée” ne s'applique pas qu'à la vente en vrac mais à toutes les ventes de produits sans emballage, par exemple au rayon charcuterie ou boulangerie. Mais pour qu'elles soient considérées comme des pratiques commerciales encouragées, il faut qu'elles donnent la possibilité aux consommateurs d'utiliser des contenants réutilisables ou réemployables.

Le projet de décret 3 R

Ce projet de décret “relatif aux objectifs de réduction, de réemploi et de réutilisation, et de recyclage des emballages en plastique à usage unique pour la période 2021-2025” a intégré dans son Article 2 les dispositifs de vrac comme des dispositifs qui permettent aux entreprises d’atteindre ces objectifs.

Le projet de loi Climat et Résilience

Cette loi entérine la volonté des pouvoirs publics de développer la vente en vrac, notamment en fixant un objectif de 20 % des surfaces de vente consacrées à la vente en vrac dans les grandes et moyennes surfaces, c’est-à-dire les commerces de plus de 400 m², d’ici 2030. Cela vise notamment le développement de la vente en vrac des produits alimentaires liquides, des produits détergents et des produits cosmétiques.

Une mesure que Réseau Vrac entend soutenir et élargir, avec notamment la volonté d’obtenir la coopération des autorités pour bâtir un cadre réglementaire sécurisé pour tous les acteurs de la filière du vrac.

L’association poursuit ainsi deux objectifs :

- encourager la vente en vrac en tant que mode de consommation durable et responsable, qui réduit à la fois les déchets d’emballages et le gaspillage alimentaire,
- clarifier les règles d’information du consommateur ainsi que les règles d’hygiène et de traçabilité des produits, les bonnes pratiques définies par Réseau Vrac étant à ce jour beaucoup plus strictes que ce que prévoit la réglementation, qui comporte, pour Lucia Pereira, une bonne part de vide juridique.

La nouvelle réglementation en pratique

La définition de la vente en vrac

Elle a été inscrite dans le nouvel article L. 120-1 du Code de la consommation : “La vente en vrac se définit comme la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service, ou en service assisté dans les points de vente ambulants. Elle peut être conclue dans le cadre d’un contrat de vente à distance”.

Lucia Pereira a proposé un décodage de cette définition.

• Vente au consommateur

On parle là d’une vente de détail de produits présentés sans emballage primaire, et cela ne concerne pas l’étape de la fourniture des produits au distributeur qui nécessitent forcément un emballage secondaire, mais seulement l’étape de la vente au consommateur.

• Quantité choisie

L’absence d’emballage primaire permet au consommateur d’acheter la quantité dont il a besoin, et non pas celle imposée par l’emballage.

• Contenants réemployables ou réutilisables

En cosmétique et en détergence, ce sont des contenants réemployables qui vont être utilisés. Cela provient d’une règle issue des échanges de Réseau Vrac avec la DGCCRF, qui veut que le consommateur doit dédier ses contenants aux mêmes produits, et donc réemployer le même contenant cosmétique pour acheter le même produit. Le contenant réutilisable concerne d’avantage l’alimentaire, l’exemple typique étant le pot de confiture. Au lieu de le jeter, le consommateur va le réutiliser pour

acheter un autre produit alimentaire, par exemple des céréales. Mais il ne pourra pas l'utiliser pour acheter de la cosmétique ou de la détergence : il est interdit aux consommateurs d'utiliser des contenants alimentaires ou à usage alimentaire pour acheter des produits en vrac non alimentaires.

• **En libre-service**

Ce point marque nettement la différence entre la vente en vrac, nouveau métier de la distribution, de la vente de produits sans emballage en service assisté.

• **En service assisté dans les points de vente ambulants**

Seule exception à la règle précédente, beaucoup de commerce de vrac se développant en ambulants. On accepte que la vente en vrac s'effectue en service assisté puisque le consommateur ne peut pas entrer dans le camion pour se servir lui-même.

À noter qu'il n'est pas exclu que cette définition évolue dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience, et que la notion de vente en vrac soit élargie à la vente assistée, comme c'est le cas pour la charcuterie, la boulangerie, ou sur les marchés.

“Au départ, Réseau Vrac n'était pas très favorable à cet élargissement, parce qu'on voulait vraiment des règles spécifiques pour le vrac en libre-service. Mais on s'aperçoit que dans l'esprit de chacun, la vente en vrac signifie en fait la vente de produits sans emballage. Donc, au final, on n'est pas opposé à ce que cette définition évolue pour y inscrire l'ensemble des commerces qui présentent les produits sans emballage primaire, à condition que ces commerces aient la possibilité d'utiliser des contenants employables ou réutilisables et qu'on donne la possibilité aux consommateurs d'acheter la juste quantité. Quitte à définir ensuite des règles spécifiques d'étiquetage pour le vrac en libre-service...” a commenté Lucia Pereira.

La nouvelle section “Pratique commerciale encouragée”

Cette section institue plusieurs nouveaux principes.

La libre commercialisation en vrac de tous les produits

Le nouvel Article L. 120-1 du Code de la consommation précise que tous les types de produits doivent pouvoir être vendus en vrac, sauf exception dûment justifiée par des raisons de santé publique.

La liste des exceptions doit être fixée par décret. **Un projet, rédigé par la DGCCRF**, a été notifié à la Commission européenne. Il n'intègre pas les produits cosmétiques dans les exceptions, mais principalement les produits alimentaires, surgelés, lait, produits d'alimentation infantile ou compléments alimentaires.

Le droit du consommateur d'être servi dans son contenant réutilisable ou réemployable

Dans les commerces de détail, le contenant réutilisable ou réemployable peut être fourni par le détaillant sur le lieu de vente ou être apporté par le consommateur, dans la mesure où ce dernier est visiblement propre et adapté à la nature du produit acheté.

“Quand on est dans un commerce en libre-service, on sait que le commerçant ne va pas être derrière chaque consommateur pour vérifier si le contenant est propre et s'il est adapté”, a commenté Lucia Pereira. *“La solution est l'obligation de mettre en place un affichage en magasin pour informer le consommateur des règles de nettoyage et d'aptitude des contenants réutilisables”.*

Cet affichage permet d'opérer un transfert de responsabilité du commerçant au consommateur qui accepte d'acheter en vrac, Réseau Vrac plaidant pour la notion de consommation responsable par laquelle le consommateur prend la responsabilité de son acte d'achat et donc de l'hygiène de son contenant. Les pouvoirs publics ont accepté cette position, qui consacre l'équilibre entre protection du consommateur et protection de l'environnement.

“Le vrac en cosmétique existe depuis cinq ans avec des commerces qui respectent ces règles d’affichage, d’autres qui ne les respectent pas forcément... À date, on n’a eu aucun sujet sanitaire sur la cosmétique”, a souligné Lucia Pereira. Ce nouveau droit ne date que d’un an, et on a encore peu de retours sur sa mise en œuvre, mais à terme, il servira de base pour agir contre des commerçants ou contre des marques qui interdisent aux consommateurs d’utiliser des contenants réutilisables ou réemployables. Même si, dans tous les cas, le commerçant peut refuser le service si le contenant proposé par le consommateur est manifestement sale ou inadapté.

L’affichage du protocole de nettoyage des contenants réemployables est obligatoire en France aujourd’hui uniquement pour les produits cosmétiques. Et il a fait l’objet de recommandations très claires de la DGCCRF...

Réseau Vrac a mis en place un groupe de travail pour définir des protocoles de nettoyage des contenants réemployés pour les produits cosmétiques. Le but est d’éviter qu’il y ait un protocole différent pour chaque marque, l’affichage devenant alors très compliqué pour les commerçants. Le travail a porté sur les matériaux des contenants qui sont aujourd’hui utilisés (PET, PEHD, aluminium, verre) et la définition de couples contenants/contenus (cosmétiques liquides rinçables, huiles, produits non-rinçables et crèmes).

Trois protocoles standardisés ont été définis, avec des étapes différentes à effectuer au domicile du consommateur. Ils seront communiqués aux fabricants de cosmétiques qui devront les tester et les intégrer dans leurs DIP.

Le droit du consommateur d’être servi à la quantité choisie

Deux modalités peuvent être développées en cosmétique pour satisfaire ce nouveau droit :

- les pratiques de refill, quand le consommateur va remplir un contenant et qu’il n’a pas le choix de la quantité,
- les pratiques de réel vrac, avec des systèmes de pesée ou des systèmes de contenants gradués certifiés qui permettent au consommateur de choisir la juste quantité.

Deux options dans ce dernier cas :

- le contenant est taré sur une balance homologuée, avant d’être rempli et repesé, mais cela suppose que chaque commerçant soit équipé d’une balance homologuée, ce qui n’existe pas actuellement par exemple dans les rayons cosmétiques de la GMS,
- le contenant est gradué et la graduation est certifiée (certification BRM, pour Bouteilles, Récipients, Mesures).

“Les fabricants de contenants réemployables sont en train de travailler sur cette certification”, a indiqué Lucia Pereira. *“Là encore, il y a un vrai travail de standardisation à mener, notamment pour les contenants en plastiques utilisés en cosmétique, qui peuvent être trop souples et être un peu déformés s’ils passent au lave-vaisselle”.*

Ce droit à la quantité choisie est donc encore un véritable enjeu, et particulièrement pour les sites de e-commerce en vrac, qui ne devront pas imposer la vente de quantités prédéfinies.

L’obligation de fournir des contenants

Tous les commerces de plus de 400 m² doivent mettre à la disposition des consommateurs des contenants réutilisables ou réemployables propres, prêts à l’emploi.

L’implication de CITEO

Nouvelle obligation pour l'éco-organisme en charge des emballages ménagers : il devra consacrer au moins 2 % des contributions qu'il perçoit dans le cadre des filières REP au développement de solutions de réemplois et de réutilisation des emballages, notamment à travers des dispositifs de consigne ou des centres de lavage locaux permettant de fournir des services de lavage aux commerces ou aux fabricants d'emballages.

Les règles d'information, d'hygiène et de traçabilité

Trois enjeux majeurs se dessinent ici pour la cosmétique.

La Personne Responsable de la vente en vrac

Le fabricant doit rester Personne Responsable et donc intégrer toutes les étapes de la vente en vrac dans l'évaluation de la sécurité de ses produits.

Réseau Vrac met en garde les commerçants sur ce point : s'ils achètent un bidon de 10 litres de gel douche et qu'ils n'informent pas la marque qu'ils équipent eux-mêmes ce bidon d'un robinet pour vendre le produit en vrac, ils deviennent la personne responsable de cette modalité de vente. En revanche, s'ils achètent un bidon déjà équipé d'un robinet, c'est que le fabricant a accepté que le produit soit vendu en vrac et qu'il a fait l'évaluation de la sécurité en fonction.

Réseau Vrac insiste aussi sur la sélection des fournisseurs de produits : beaucoup de cosmétiques sont vendus en vrac aujourd'hui alors même que le fabricant n'a pas procédé à l'évaluation de sécurité sur les étapes de la vente en vrac...

La DGCCRF a précisé les obligations de la Personne Responsable, avec cinq points principaux.

- L'évaluation de l'étape de contact du produit avec l'air : le produit cosmétique n'a pas à être transvasé du contenant secondaire du fabricant dans un contenant distributeur en magasin, il peut lui être livré en système de refill, fontaine, etc. Le fabricant doit évaluer la stabilité du produit dans son emballage secondaire ouvert en magasin.
- L'évaluation des équipements de distribution du produit : l'hygiène du matériau des équipements de distribution (robinets...) par lesquels le produit va passer pour être vendu en vrac doit également être maîtrisée, tout comme la façon dont le commerçant va devoir les entretenir, et le contact du produit avec leurs matériaux doit être évalué.
- L'évaluation du contact du produit avec le contenant réutilisable : l'idéal est d'évaluer la stabilité du produit dans l'ensemble des matériaux possibles de contenants réemployables, c'est-à-dire PET, PEHD, aluminium et verre, de façon à laisser au consommateur la plus grande liberté et la plus grande possibilité d'exercer son droit d'être servi dans le contenant réutilisable de son choix. Et il faut aussi intégrer dans le DIP les protocoles de nettoyage appropriés.
- La détermination de la date de péremption : quand un consommateur achète un produit cosmétique en vrac, il doit obligatoirement repartir avec une date limite d'utilisation du produit. Un commerce en vrac ne peut en effet pas gérer un produit avec une PAO (Période Après Ouverture) : l'ouverture de l'emballage secondaire étant effectuée en magasin, cela signifierait que chaque client devrait se voir attribuer une PAO différente...
- L'étiquetage : le consommateur qui achète un cosmétique en vrac doit repartir du point de vente avec un contenant étiqueté, portant les mêmes informations obligatoires que celles prévues pour un produit préemballé, à l'exception de la quantité puisque, par définition, elle peut varier en fonction de ses besoins.

Les bonnes pratiques de la vente en vrac

Deuxième enjeu : les points de vente doivent être formés aux bonnes pratiques de la vente en vrac. On ne parle pas ici des Bonnes Pratiques de Fabrication, mais de la gestion des étapes-clés de distribution d'un produit cosmétique en vrac.

Les commerces qui vendent des produits cosmétiques en vrac ont l'obligation de faire une déclaration de conditionneur primaire auprès de l'ANSM. L'Agence a mis à jour le formulaire à leur intention pour permettre une déclaration simplifiée.

“Les autorités de contrôle considèrent que la phase de remplissage qui a lieu en magasin est une étape de conditionnement et qu'elle doit être sécurisée”, a expliqué Lucia Pereira. “Elles souhaitent donc connaître les magasins qui vendent en vrac.”

Le respect des bonnes pratiques de vente en vrac de produits cosmétiques passe par plusieurs points :

- la sélection des fournisseurs de cosmétiques qui autorisent la vente en vrac de leurs produits, notamment en vérifiant que le fabricant a bien intégré le vrac dans son évaluation de sécurité,
- le stockage des produits, conçu dans des conditions qui assurent l'hygiène et la traçabilité,
- la mise en rayon des produits, avec là encore des conditions d'hygiène de l'équipement de vente, de façon à sécuriser l'opération de remplissage par le consommateur,
- un protocole d'hygiène des locaux, garantissant une maintenance, un nettoyage et, si nécessaire, une désinfection,
- le respect des règles d'utilisation, d'aptitude et de nettoyage des contenants réemployables,
- le respect des règles d'étiquetage (sur l'équipement de distribution et sur le contenant), avec en particulier les mentions de la date limite d'utilisation et du numéro de lot (cela peut se faire par une simple mention écrite sur l'étiquette pour les petits commerces, ou par des méthodes automatisées pour la GMS).

L'information des consommateurs

Le consommateur devient un acteur clé du mode de consommation en vrac et il en assume certaines responsabilités, mais cela doit passer par une information claire en magasin.

Cela passe par des affichages obligatoires en magasin pour notamment rappeler au consommateur :

- qu'il doit utiliser un contenant réemployable propre et apte au contact du produit choisi,
- quel est le protocole de nettoyage du contenant en fonction des produits référencés,
- qu'il n'a pas le droit d'utiliser un contenant à usage alimentaire pour la cosmétique,
- qu'il a l'obligation de pré-étiqueter son contenant avant le remplissage, de façon notamment à pouvoir prendre connaissance de la composition du produit avant de se servir (à noter que la même étiquette, pour un même produit, peut être gardée pour plusieurs remplissages, tant qu'elle reste lisible et que la formule du produit n'a pas changé : dans ce cas, le fabricant doit en informer son distributeur pour que celui-ci adapte l'information affichée en magasin),
- qu'il doit remplir son contenant avec le produit correspondant à celui qui est pré-étiqueté,
- qu'il doit réemployer le même contenant pour le même produit, de façon à éviter les mélanges de produits,
- qu'il n'a pas le droit de faire un mélange de produits, et que s'il le fait quand même malgré un affichage clair en magasin, c'est sa responsabilité qui sera engagée,
- qu'un membre du personnel appelé “Réfèrent vrac” (et formé aux bonnes pratiques du vrac) est à sa disposition pour le servir au besoin ou lui donner toute information sur les contenants, les produits, etc.

En conclusion, Lucia Pereira a indiqué que Réseau Vrac mène actuellement des actions de lobbying pour faire intégrer dans les réglementations européennes l'ensemble de ces règles.

L'association a également interrogé la Commission européenne pour savoir si le

Règlement 1223/2009 devait être modifié pour intégrer la notion de vente en vrac. La Commission a fait savoir que cela ne devrait pas être le cas, puisque d'une part, l'obligation d'assurer la sécurité des produits cosmétiques pèse sur la Personne Responsable, quel que soit le mode de vente, et que d'autre part, les modalités d'étiquetage sont de la responsabilité des États membres.

Le vrac en pratique



CADRE RÉGLEMENTAIRE

- Vente de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables. Proposée en libre-service/service assisté dans les points de vente ambulants. Peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance. Article L. 120-1 Code de la consommation
- Tous types de produits peuvent être vendus en vrac, sauf exception justifiée par des raisons de santé publique
- Le fabricant reste Personne Responsable et doit intégrer dans le DIP toutes les étapes de la vente en vrac dans l'évaluation de la sécurité de ses produits
- Contractualisation obligatoire des responsabilités entre les différents acteurs

GÉRER SON PROJET

- Tous cosmétiques solides, liquides ou crémeux sont éligibles à la vente en vrac
- Soins liquides et crémeux : vente nécessairement via un distributeur/fontaine. L'équipement doit être adapté aux produits vendus
- Les produits liquides/crémeux posent le plus de défis : il faut tester la viscosité du produit pour calibrer l'écoulement dans la machine pour éviter tout dysfonctionnement
- Les cosmétiques sont livrés en sachet ou en fût sur le lieu de vente. Pour le conditionnement, la marque le fait dans son usine de production ou externalise
- Cozie ou Jean Bouteille, spécialisés dans la distribution en vrac, accompagnent les marques de A à Z dans la gestion de leur projet



INSTALLATION EN MAGASIN & FORMATION DU PERSONNEL

- Il revient aux marques (ou aux prestataires) de livrer & installer les machines
- Le personnel doit être formé en amont à la vente au vrac, au fonctionnement et au nettoyage des machines
- Nettoyage du robinet d'écoulement des machines chaque jour
- Le lieu de vente est responsable de ses stocks de produits (en sachet ou en fût). Les conditions de stockage doivent être validées et contractualisées en amont (entre fabricant et distributeur)

VENDRE EN MAGASIN

- Dans les commerces de détail, le contenant réutilisable/réemployable peut être fourni par le détaillant ou être apporté par le consommateur (propre)
- Le consommateur doit repartir du point de vente avec un contenant étiqueté, portant les mêmes informations obligatoires que celles prévues pour un produit préemballé



UN PROJET DE DÉCRET FRANÇAIS FIXE LES CONDITIONS POUR LA VENTE EN VRAC DES COSMÉTIQUES

Le 22 novembre 2022, la France a notifié à la Commission européenne un projet de décret “établissant la liste des produits qui ne peuvent pas être vendus en vrac pour des raisons de santé publique”. Les produits cosmétiques figurent dans cette liste. Leur vente en vrac restera cependant possible, mais dans des conditions strictement définies.

Ce projet de décret s’inscrit dans l’application des lois “AGEC” et “Climat et Résilience”, dont plusieurs dispositions favorisent le déploiement de la vente en vrac des produits de consommation.

Il recense les produits pour lesquels la vente en vrac est interdite par les textes en vigueur et ceux pour lesquels l’application du droit de l’Union, notamment en matière d’hygiène, mais aussi lorsque l’utilisation de ces produits est susceptible de présenter un danger pour le consommateur, rend impossible la vente en vrac.

À ces cas de figure s’ajoutent des produits identifiés par l’Agence nationale de sécurité sanitaire de l’alimentation, de l’environnement et du travail (ANSES), qui a été consultée par les autorités françaises.

Les conditions de vente pour les cosmétiques en vrac

Dans la Sous-section 2 “Produits dont la vente en vrac n’est permise que dans certaines conditions”, figurent, au point 6 :

- les produits cosmétiques pour lesquels un “challenge test” pour la conservation et des contrôles microbiologiques sur le produit fini sont nécessaires en application de la décision d’exécution de la Commission du 25 novembre 2013 concernant les lignes directrices pour l’application de l’Annexe I du Règlement (CE) n°1223/2009 du Parlement européen et du Conseil relatif aux produits cosmétiques.

Ces produits ne peuvent ainsi être vendus en vrac que s’ils sont vendus dans deux conditions (non cumulatives) :

- **en service assisté**, défini comme un mode de vente lors duquel le conditionnement du produit et la remise immédiate au consommateur sont effectués par un opérateur sur le point de vente (dans le cas où le produit est susceptible de présenter un risque pour le consommateur, le service assisté doit garantir une protection suffisante des consommateurs contre les risques propres au produit) ;
- **au moyen d’un dispositif de distribution adapté à la vente en vrac en libre-service**, qui, eu égard aux caractéristiques du produit, permet d’en préserver l’intégrité, d’en assurer la conservation, de satisfaire aux exigences spécifiques relatives à sa sécurité et de respecter les exigences d’hygiène et de sécurité de l’espace de vente.

Statu quo de trois mois

Ce projet de décret est désormais soumis à la procédure de notification TRIS qui prévoit que les États membres doivent informer la Commission européenne de tout projet de règle technique avant son adoption.

À partir de la date de notification du projet, une période de statu quo de trois mois débute, au cours de laquelle l’État membre auteur de la notification ne peut pas adopter la règle technique en question, ce laps de temps permettant à la Commission et aux autres États membres d’examiner le texte notifié et de répondre de façon appropriée.

Pour ce texte, cette période s’achève le 23 février 2023.

Sources

- **Décret établissant liste des produits pour lesquels la vente en vrac est interdite pour des raisons de santé publique**, Notification TRIS 2022/818/F (France), Commission européenne - Marché intérieur, Industrie, Entrepreneuriat et PME, 22 novembre 2022
- **Projet de Décret n°XXX du XXX établissant la liste des produits qui ne peuvent pas être vendus en vrac pour des raisons de santé publique**, République française - Ministère de l'Économie, des Finances et de la souveraineté industrielle et numérique, 22 novembre 2022

COSMÉTIQUE SOLIDE : LES POINTS DE VIGILANCE RÉGLEMENTAIRES

Le concept n'est pas à proprement parler nouveau : un des plus "vieux" produit cosmétique, le savon, se présente sous forme solide depuis la nuit des temps. Mais ce concept tendance est aujourd'hui un marché en plein croissance. S'il n'est pas évoqué par le Règlement Cosmétiques, ses produits doivent néanmoins satisfaire à ses exigences. Lors de la journée que lui a consacré l'évènement U'cosmetics le 18 mars 2021, Stéphanie Garrel, Chargée Affaires réglementaires de COSMED, a détaillé les points spécifiques applicables aux produits cosmétiques sous forme solide.

Règlementairement parlant, un produit cosmétique solide est d'abord un produit cosmétique, qui doit, comme tous les autres, respecter les principes et les obligations du Règlement Cosmétiques 1223/2009, notamment en termes de sécurité et de responsabilités.

Mais en pratique, la forme solide génère des problématiques bien spécifiques, qui sont autant de points de vigilance pour les metteurs sur le marché.

La stabilité du produit

Un shampoing liquide classique est proposé dans un emballage qui minimise le contact de la formule avec l'eau, l'air et la lumière. À l'inverse, un shampoing sous forme solide est appelé à être conservé dans des conditions de stockage particulières : sur le bord de la baignoire, dans l'environnement humide et à la température élevée de la salle de bains, mouillé fréquemment...

Le fabricant doit donc s'assurer que la stabilité et l'intégrité du produit soient adaptées à ces conditions de conservation et d'utilisation particulières, et qu'elles soient maintenues tout au long de sa durée de vie, par ailleurs beaucoup plus longue que celle des produits classiques.

La sécurité microbiologique

Dans ces conditions de stockage et d'utilisation particulières, les risques de contamination microbienne sont a priori importants.

La forme anhydre des produits solides peut contrebalancer en partie cette spécificité puisqu'elle est moins propice à la prolifération microbienne. La formule peut aussi contenir des tensioactifs aux propriétés antimicrobiennes.

Le risque cependant doit être mesuré et maîtrisé.

La métrologie

Les cosmétiques solides sont fréquemment soumis à dessiccation et peuvent subir des variations de masse relativement importantes. Le contrôle métrologique du poids affiché est donc indispensable.

Les règles existantes pour les savons peuvent ici servir de référence.

La note conjointe du chef de service des Instruments de Mesure et du chef de service de la Répression des Fraudes et du Contrôle de la Qualité de 1980 (dite circulaire AISD) prévoit qu'un contrôle métrologique soit effectué sur les savons et savonnettes dans la journée de leur conditionnement.

À cela s'ajoute une disposition de la DGCCRF, qui précise qu'au moment de leur mise sur le marché, les marchandises à teneur en eau variable doivent satisfaire au contrôle métrologique et présenter notamment une masse moyenne qui ne soit pas inférieure à la quantité nominale figurant sur l'emballage.

"Il est donc prudent de prévoir un léger surdosage lors de la fabrication pour garantir la conformité des stocks détenus dans les boutiques et mis à disposition des consommateurs", a conseillé Stéphanie Garrel.

Les spécificités liées à la forme du produit

La cosmétique solide est proposée aux consommateurs sous différents formats, qui représentent chacun des problématiques différentes.

Produits sans emballage

Ils sont vendus nus sous forme de pains et/ou en vrac (à découper sur le lieu de vente). C'est typiquement le cas des savons.

Même en l'absence d'emballage, le consommateur doit avoir accès à la liste des ingrédients et aux autres informations réglementaires obligatoires au moment de l'achat, ce qui est assez facile au travers par exemple d'affichettes disposées sur le lieu de vente.

Mais comment assurer la traçabilité de ces produits sans emballage, où il est impossible d'indiquer les numéros de lots ? Que faire en cas de signalement d'effets indésirables et de rappels de lots ?

Stéphanie Garrel a donné deux conseils :

1. organiser une gestion type FIFO (First In, First Out) avec un enregistrement des lots à réception chez le distributeur ;

2. mettre en place un système d'enregistrement avec l'indication des lots mis à disposition par date.

Il revient donc aux Personnes Responsables de prévoir la traçabilité des lots, en les indiquant par exemple sur les factures, de manière à savoir à qui a été cédé le lot. Et elles sont invitées à insister auprès des gérants de boutiques pour qu'ils tiennent à jour un système de traçabilité en notant la date de mise à disposition de chaque lot. De cette manière, en cas de non-conformité ou d'effet indésirable, le distributeur sera en mesure de remonter jusqu'aux lots concernés et de rapporter l'info à la Personne Responsable.

“Sans cette traçabilité, la Personne Responsable s'expose à un risque économique important”, a averti Stéphanie Garrel. “En cas de problème, elle peut en effet être obligée de rappeler l'ensemble de ses produits et pas seulement le lot concerné”.

Produits en poudre à reconstituer

Ces produits sont le plus souvent à reconstituer par l'utilisateur lui-même et ils ont un petit côté DIY très tendance en donnant l'impression au consommateur qu'il fabrique son propre produit, même s'il ne s'agit que d'ajouter de l'eau.

Premier point de vigilance, le respect des BPF.

Sans parler de tous les points de la norme 22716, il faut quand même s'assurer que, lors de l'étape de reconstitution, le consommateur applique de bonnes pratiques, notamment en matière d'hygiène.

La qualité de l'eau utilisée pour la reconstitution est également primordiale.

Pour maîtriser ces aspects et la sécurité qui en découle, il est conseillé de prévoir, dans les instructions d'utilisation, des indications précises, et notamment l'utilisation d'une eau en bouteille, qu'elle soit de consommation ou déminéralisée, ce qui permet d'assurer un premier niveau de qualité et de propreté du produit.

Deuxième point de vigilance, le flacon qui va accueillir le produit reconstitué.

Pour les produits conventionnels vendus dans un emballage, des tests vérifient la compatibilité du contenant avec la formule. En cosmétique solide, ce point n'est pas maîtrisé par le metteur sur le marché de la poudre, comme ne l'est pas non plus la propreté du flacon utilisé.

“Il peut être envisagé de fournir le flacon qui va accueillir le produit reconstitué, mais cela ne colle pas bien avec l'esprit de la cosmétique solide qui se situe généralement dans une démarche environnementale où on vise à réduire la quantité de plastiques ou d'emballages à usage unique”, a souligné Stéphanie Garrel.

Il est en revanche tout à fait possible de préciser le matériau du flacon à utiliser, par exemple le verre qui a une bonne compatibilité avec la plupart des formules.

Côté réglementaire, que doit-on prendre en compte pour construire le DIP ? La poudre ou le produit reconstitué ?

Le Règlement Cosmétique ne prévoyant rien en la matière, il doit être interprété et adapté.

Selon l'analyse de Cosmed, le Dossier d'Information sur le Produit et l'étiquetage doivent porter sur la poudre qui est vendue au consommateur.

Pour l'évaluation de sécurité, tout dépend du risque :

- s'il n'y a aucun risque que la poudre soit utilisée pure, elle doit plutôt se baser sur le produit reconstitué, tel qu'il sera utilisé par le consommateur,
- s'il apparaît un risque que la poudre puisse être utilisée pure, il convient néanmoins d'en tenir compte dans l'évaluation de la sécurité.

Et bien sûr, il faut être très clair dans les modes d'emploi et d'usage, indiquer une quantité précise d'eau à utiliser et les conditions de conservation du produit une fois reconstitué.

Produits à croquer

Ce sont principalement des dentifrices ou des produits d'hygiène buccale.

Attention, ces produits, s'ils sont à croquer, ne doivent être destinés à être ingérés. L'Article 2 du Règlement Cosmétiques précise explicitement qu'une substance ou un mélange destiné à être ingéré n'est pas considéré comme un produit cosmétique.

De plus, le Considérant 10 du texte souligne que la présentation du produit cosmétique (et notamment sa forme) ne doit pas compromettre la santé et la sécurité des consommateurs en raison d'une confusion possible avec des denrées alimentaires.

"Il est donc fortement recommandé d'ajouter des précautions d'emploi, telles que 'ce produit est un cosmétique', 'ne pas ingérer', 'ne pas avaler', de manière à limiter les risques de mésusage et à rester sous le statut cosmétique", a indiqué Stéphanie Garrel.

Dans tous les cas, l'évaluation de la sécurité doit être adaptée, et notamment prendre en compte le risque d'ingestion.

Les allégations

Toutes les allégations doivent être conformes au Règlement 655/2013 relatifs six Critères Communs qu'elles doivent respecter pour être acceptées, et notamment être justifiées.

Et certaines, d'entre elles, fréquemment utilisées en cosmétique solide, peuvent être délicates à gérer.

Naturel, x % d'origine végétale

Deux documents font référence en la matière : la Recommandation Produits Cosmétiques de l'ARPP pour la définition des qualificatifs de "naturel" et de "biologique", la norme ISO 16128 pour le calcul du pourcentage d'origine naturelle ou biologique.

Biodégradable

Attention, la loi relative à l'Anti-Gaspillage et à l'Économie Circulaire (loi AGEC) prévoit une mesure d'interdiction de l'utilisation des allégations "Biodégradable", "Respectueux de l'environnement" ou de toute mention analogue. L'industrie a défendu la possibilité de les utiliser, mais à ce stade, on attend encore le décret d'application pour savoir si cette interdiction sera maintenue ou non et si oui, quelles seront ses modalités d'application.

Écologique

Cette allégation est souvent utilisée en cosmétique solide en référence à la réduction de la quantité d'eau utilisées lors du processus de formulation. *"Attention",* a alerté Stéphanie Garrel, *"ça peut être à double tranchant, et il faut aussi s'assurer que le consommateur ne consomme pas plus d'eau lors du rinçage"...*

Emballage recyclable

“Comme pour le côté écologique, je vous invite à vous référer au guide du Conseil national de la consommation qui donne les règles à respecter pour chacune de ces allégations environnementales”, a conseillé Stéphanie Garrel.

Économique

L'argument se réfère ici aux multi-usages d'un produit (corps, cheveux), et surtout à sa durée de vie qui est considérablement augmentée par rapport à un produit classique.

“On voit ainsi certaines marques évoquer un format solide dont le nombre d'usages correspond à deux flacons de 250 ml”, a illustré Stéphanie Garrel, “ça peut être intéressant, mais il faudra être en mesure de le justifier”.

Des justifications à apporter à chaque fois avec des preuves adaptées...

LA NOUVELLE SIGNALÉTIQUE DE L'INFO-TRI

Prévue par l'Article 17 de la loi AGECE (loi relative à l'Anti-Gaspillage et à l'Économie Circulaire), la nouvelle signalétique de l'info-tri vient d'être dévoilée. Tout juste validée par les pouvoirs publics, elle est prévue pour allier conformité réglementaire, efficacité et simplicité. Elle devra figurer sur tous les emballages ménagers et papiers graphiques à partir du 1er janvier 2022 et au plus tard le 9 mars 2023.

Fruit d'un travail de deux ans, mené en anticipation du déploiement de la simplification du geste de tri, cette nouvelle signalétique a été conçue sur la base d'échanges avec les entreprises et de tests consommateurs. L'objectif : faciliter le geste de tri de chacun tout en tenant compte des contraintes industrielles des entreprises qui mettent en marché les emballages ménagers et les papiers graphiques.

L'approche adoptée pour créer cette nouvelle signalétique visait à répondre à trois enjeux essentiels :

- allier la conformité réglementaire (respect des exigences de la loi Agec),
- efficacité (compréhension et incitation pour les consommateurs),
- simplicité (mise en œuvre pour les metteurs en marché).

Pour concevoir et produire une information utile et efficace, Citeo a construit son approche sur une analyse de la perception et de la compréhension par les Français des allégations environnementales sur l'emballage. Citeo s'est notamment appuyé sur une étude conduite dès novembre 2019 auprès de 1250 consommateurs en situation d'achat. En parallèle, Citeo et sa filiale Adelphe ont travaillé en concertation avec les entreprises et fédérations professionnelles afin de construire une signalétique qui intègre leurs contraintes opérationnelles et réponde à leurs différentes situations de mise en marché (France et export).

Ce travail a été soumis à trois vagues de tests conduits entre juillet 2020 et juin 2021 auprès de plus de 3 000 consommateurs déjà concernés par la simplification du geste de tri. Il en ressort que l'Info-tri leur est utile (82 %), qu'elle donne confiance (88 %) et qu'elle les incite à trier (75 %). Il a également fait l'objet d'une concertation avec les autres sociétés agréées sur la filière emballages ménagers en vue de proposer une signalétique commune, qui fasse repère pour les consommateurs.



Dans cette nouvelles signalétique :

- le Triman est obligatoire et indissociable du cartouche info-tri,
- tous les éléments séparables à la consommation doivent être représentés et séparés par le signe + ; les éléments peuvent être représentés par des pictogrammes et du texte, par des pictogrammes seuls ou du texte seul,
- la mention "Bac de tri" (ou "Tri du verre" pour les emballages en verre) désigne clairement la destination des emballages, quels qu'ils soient,
- les zones "accroche" et "destination" adoptent les couleurs repères du tri : vert pour les emballages en verre, jaune pour les autres.

Pour accompagner au mieux les industriels à mettre en place cette nouvelle Info-tri, Citeo a mis en place un **plan de soutien aux entreprises** dans la mise en œuvre de ce dispositif. Il consiste en une série de webinaires, un LinkedIn Live, un forum de discussion et des modules de e-learning visant à répondre aux interrogations des entreprises et anticiper leurs besoins face à cette nouvelle obligation. Elle s'applique à l'ensemble des entreprises à partir du 1er janvier 2022 et au plus tard le 9 mars 2023. Un délai supplémentaire de six mois au titre de l'écoulement des stocks d'emballages et de papiers fabriqués ou importés avant le 09 septembre 2022 est accordé.

Source

• **Une nouvelle Info-tri harmonisée pour faciliter le geste de tri des emballages et papiers**, Citeao, Le Mag, 27 septembre 2021

LA "STRATÉGIE 3R" FRANÇAISE ADOPTÉE

Le 15 avril 2022, le Décret n°2022-549 du 14 avril 2022 “relatif à la stratégie nationale pour la réduction, la réutilisation, le réemploi et le recyclage des emballages en plastique à usage unique” a été publié au *Journal Officiel de la République française*. Il officialise l’adoption de cette stratégie et de ses objectifs.

L’essentiel de ce Décret tient en une phrase : “La stratégie nationale pour la réduction, la réutilisation, le réemploi et le recyclage des emballages en plastique à usage unique est adoptée”.

Les tenants et aboutissants, ainsi que tous les détails sont donc à trouver dans le document auquel renvoie le Décret, mis à jour en ce mois d’avril 2022 : “**Stratégie 3R (Réduction, Réemploi, Recyclage) pour les emballages en plastique à usage unique**”.

Objectifs à 2025

Le document reprend les objectifs fixés par un premier Décret publié en avril 2021 :

- 20 % de réduction des emballages plastiques à usage unique d’ici fin 2025, dont au minimum la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation ;
- tendre vers une réduction de 100 % des emballages en plastique à usage unique inutiles d’ici fin 2025 ;
- tendre vers 100 % de recyclage des emballages en plastique à usage unique d’ici le 1er janvier 2025 et, pour y parvenir, un objectif que tous les emballages en plastique à usage unique mis sur le marché disposent d’ici le 1er janvier 2025 d’une filière de recyclage opérationnelle.

Plan d’actions

Il détaille ensuite les trois volets qui structurent cette stratégie, et les 10 axes d’actions définis pour atteindre les objectifs fixés. Avec pour chacun la description de la ou des action(s) à entreprendre, son pilote et les autres parties prenantes à impliquer, le calendrier à tenir et les échéances.

Sources

- **Décret n°2022-549 du 14 avril 2022 relatif à la stratégie nationale pour la réduction, la réutilisation, le réemploi et le recyclage des emballages en plastique à usage unique**, NOR : TRED2207803D, *Journal officiel de la République française*, 15 avril 2022
- **Stratégie 3R (Réduction, Réemploi, Recyclage) pour les emballages en plastique à usage unique**, Ministère de la Transition écologique, Avril 2022

LES EMBALLAGES PLASTIQUES À L'HEURE DES 3R

Les plastiques n'ont pas bonne presse de nos jours. Et il en va de même pour les emballages plastiques, surtout quand ils sont à usage unique, qui sont dans la ligne de mire de plus d'une réglementation. Le mantra du temps est bien : Réduire, Réemployer et Recycler, et il vaut aussi bien au niveau français qu'européen. Lors du 19e Congrès Parfums & Cosmétiques, qui s'est tenu à Chartres les 1er et 2 décembre 2021, Martin Foe, Responsable des Affaires réglementaires d'Aptar, a fait le point sur les exigences de la Directive européenne "Single Use Plastic" et sur le Décret "3R" français.

Le secteur de l'emballage est un bon indicateur de l'activité économique. Un dicton dit même : Quand la France emballe, la France vend...

Dans l'Hexagone, l'emballage plastique représente un tiers du chiffre d'affaires total de l'emballage, et représente 8,1 milliards d'euros pour 320 entreprises, 38 000 collaborateurs et 2,2 millions de tonnes de matières plastiques transformées.

Un cadre réglementaire en évolution

Les mesures qui concernent l'emballage aujourd'hui sont l'aboutissement d'une longue histoire, tant européenne que française.

En Europe

- 2015 : l'Europe publie une feuille de route qui définit différents objectifs, notamment mieux produire, mieux consommer... La gestion des plastiques est une des ses priorités.
- 2017 : la nouvelle économie du plastique fait l'objet du rapport de la Fondation Ellen MacArthur.
- 2018 : la Commission européenne publie sa stratégie plastique.
- 2019 : cette stratégie se traduit dans la Directive 2019/904 ("Single Use Plastic" - Plastique à usage unique), dont les Guidelines ont été publiées en juin 2021.
- 2020 : le Règlement européen 2020/2151 impose le marquage des produits contenant du plastique.

En France

- 2018 : dans la lignée des travaux européens, la France établit sa feuille de route pour une économie circulaire, qui définit 50 mesures.
- 2020 : ces mesures sont traduites dans la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (loi AGEC), dont le Décret "3R" est une des émanations.
- 2021 : la loi Climat et Résilience met un focus sur l'information du consommateur quant aux caractéristiques environnementales des produits.

La Directive "Single Use Plastic"

Cette Directive vise à réduire l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, et s'applique aux plastiques à usage unique, dont elle donne une définition : "un produit fabriqué entièrement ou partiellement à partir de plastique et qui n'est pas conçu, créé ou mis sur le marché pour accomplir, pendant sa durée de vie, plusieurs trajets ou rotations en étant retourné à un producteur pour être rempli à nouveau ou réutilisé pour un usage identique à celui pour lequel il a été conçu".

Dans cette définition, la notion de rotation est particulièrement importante et à bien différencier de celle de durée d'utilisation. Par exemple : un flacon contenant du parfum qui est utilisable de nombreuses fois n'est pas un produit réutilisable. Cela reste un emballage à usage unique...

Les orientations de la Commission européenne

Comme le prévoit l'Article 12 de la Directive "Single Use Plastic", la Commission a proposé des lignes d'orientation pour harmoniser son application tant par les autorités de contrôle nationales que par les opérateurs : il s'agit d'une interprétation de la Commission, qui n'est pas juridiquement contraignante, et qui n'a principalement clarifié que trois points :

- la viscose, le lyocell et le film cellulosique sont exclus de la définition d'un plastique (non chimiquement modifié),
- un produit avec un revêtement (lining) plastique est un produit en plastique à usage unique,
- le critère maximal des trois litres (prévu pour les bouteilles) s'appliquerait aux récipients alimentaires, sachets et emballages souples, ainsi qu'aux gobelets pour définir une portion individuelle.

La loi AGEC

Cette loi comporte différentes mesures, dont notamment tout ce qui concerne les 3R :

- l'incitation au réemploi des emballages,
- l'objectif que 100 % des emballages plastiques soient recyclés en 2025 (avec pénalités pour les emballages non recyclables), et que d'ici 2030, tous les emballages plastiques soient recyclés et recyclables,
- l'incitation à l'incorporation du recyclé dans les emballages,
- la lutte contre les fuites des granulés plastiques,
- le rapport sur les plastiques biosourcés, biodégradables compostables, qui est toujours attendu,
- le décret "3R".

Les objectifs du Décret "3R"

Le décret n° 2021-517 du 29 avril 2021, dit Décret "3R", fixe plusieurs objectifs pour 2025 :

- Recyclage : 100 % d'emballages uniques recyclés,
- Réduction : objectif collectif de -20 % d'emballages plastiques,
- Réemploi : 10 % de l'objectif de réduction doivent être obtenus par le réemploi et la réutilisation, en tenant compte du potentiel propre aux catégories de produits auxquels sont destinés ces emballages, les autres 10 % étant obtenus par l'allègement et la substitution par d'autres matériaux ou encore par les systèmes de recharge.

Autre objectif : 100 % des plastiques à usage unique "inutiles" doivent être soit réduits, soit éliminés du marché du marché français. Reste en la matière à définir ce qu'est un emballage "inutile"...

Enfin, le Décret "3R" entend favoriser l'intégration de matière recyclée.

L'Article 1 : définitions

Le Décret 3R ne crée pas de nouvelles définitions, mais renvoie à celles qui existent déjà dans le Code de l'environnement. Il reprend aussi la définition du produit à usage unique établi au niveau européen, avec sa notion de plusieurs trajets ou rotations pendant la durée de vie du produit.

L'Article 2 : les objectifs de réduction et de réutilisation et réemploi

Ces objectifs sont calculés à partir du tonnage de plastique incorporé dans les emballages, l'année 2018 étant prise pour référence. En 2023, de nouveaux indicateurs seront mis en place : UVC (Unités de Vente Conditionnées) commercialisées pour les emballages ménagers, unités d'emballages

pour les I&C (emballage d'origine Industrielle et Commerciale).

Plusieurs moyens de réduction sont possibles :

- suppression d'emballage plastique à usage unique,
- réduction de la masse unitaire de plastique incorporé (allègement),
- utilisation de dispositifs de recharge,
- substitution par d'autres matériaux (mais attention, remplacer du plastique par du papier ou du carton peut rendre l'emballage plus lourd et engendrer une écotaxe plus élevée...),
- remplacement de l'emballage à usage unique par un emballage réemployé ou réutilisé, en plastique ou en d'autres matériaux, y compris par des dispositifs de vrac.

Le tout est assorti de quelques exigences. Les metteurs sur le marché doivent ainsi veiller à ce que les alternatives ou substitutions aux emballages en plastique à usage unique :

- disposent d'une filière de recyclage opérationnelle d'ici janvier 2025,
- ne perturbent pas les opérations de tri ni de recyclage des déchets d'emballages,
- ne comportent pas des substances et ou éléments indissociables susceptibles de limiter l'utilisation du matériau recyclé,
- permettent une réduction des impacts environnementaux, y compris sur la biodiversité, appréciées en privilégiant une analyse du cycle de vie comparée par rapports aux impacts de l'emballage en plastique à usage unique auquel ces alternatives se substituent.

Article 3 : les objectifs de recyclage

Des exigences identiques sont prévues pour atteindre les objectifs de recyclage (100 % d'ici 2025). Les emballages en plastique à usage unique mis sur le marché doivent :

- disposer, d'ici au 1er janvier 2025, d'une filière de recyclage opérationnelle,
- être conçus pour ne pas perturber les chaînes de tri ou de recyclage,
- ne pas comporter de substances ou d'éléments indissociables susceptibles de limiter l'utilisation du matériau recyclé.

Et les metteurs sur le marché doivent favoriser l'intégration de matière recyclée.

L'Article 5 : l'éco-modulation et le bilan d'étape

Les modulations (comprenez les contributions aux éco-organismes) prennent en compte les objectifs du Décret 3R.

Elles s'appliquent aux différentes catégories d'emballages :

- emballages ménagers, y compris ceux des produits consommés hors foyer,
- emballages destinés aux professionnels,
- contenu et contenants des produits chimiques.

il est prévu qu'un bilan d'étape soit réalisé par l'ADEME, en concertation avec les parties prenantes, pour le 31 décembre 2023.

Affaire à suivre

Et l'histoire ne s'arrête pas là : d'autres décrets d'application de la loi AGEC sont encore attendus, notamment celui relatif à la proportion minimale d'emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement, celui relatif à l'interdiction des huiles minérales ou celui relatif à l'information du consommateur sur les qualités et caractéristiques des produits soumis à une REP.

D'autres dispositions relèvent aussi de la loi Climat & Résilience, comme l'interdiction à compter du 1er janvier 2025 des emballages constitués pour tout ou partie de polymères ou de copolymères styréniques, non recyclables et dans l'incapacité d'intégrer une filière de recyclage.

Ou comment dire que le recyclage évolue dans un contexte évolutif et qui sera encore en pleine évolution durant ces prochaines années !

STRATÉGIE 3R : SOUTIEN FINANCIER DE L'ÉTAT FRANÇAIS AUX FILIÈRES

Le 22 février 2022, le ministère de la Transition écologique a annoncé que, dans le cadre de la stratégie nationale 3R (Réduire, Réutiliser, Recycler les emballages en plastique à usage unique), l'État français invite les filières à élaborer leur feuille de route sectorielle, et qu'il soutiendra financièrement toutes celles qui s'engagent dans cette démarche.

“La France consomme chaque année 4,8 millions de tonnes de plastiques, dont près de 46 % sont des emballages, en grande majorité à usage unique, et, depuis 2000, le monde a produit plus de plastiques que durant les 50 années précédentes. Le phénomène s'accroît et cette production pourrait encore doubler d'ici 2040”, rappelle le communiqué du ministère de la Transition écologique.

Face à ce constat, la France s'est dotée d'un objectif de sortie des emballages en plastique à usage unique d'ici 2040, par le biais de la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (dite loi AGEC), promulguée le 10 février 2020.

Cet objectif de long terme se décline en points d'étapes intermédiaires quinquennaux de réduction, réemploi et recyclage : le premier décret 3R “Réduire-Réutiliser-Recycler” pour la période 2021-2025 a ainsi été publié le 29 avril 2021. Pour atteindre ces objectifs, un **projet de stratégie, soumis à consultation du public** depuis le 5 février 2022, a été élaboré.

L'État invite aujourd'hui les filières à s'approprier cette stratégie et à élaborer leur propre feuille de route sectorielle. Il leur apportera son soutien financier dans le cadre du plan de France Relance.

Pour rappel, les trois objectifs collectifs fixés par le premier décret 3R pour la période 2021-2025 sont les suivants :

- 20 % de réduction des emballages en plastique à usage unique d'ici fin 2025, dont au minimum la moitié obtenue par recours au réemploi et à la réutilisation ;
- tendre vers une réduction de 100 % des emballages en plastique à usage unique “inutiles”, tels que les blisters plastiques autour des piles et des ampoules, d'ici fin 2025 ;
- tendre vers 100 % de recyclage des emballages en plastique à usage unique d'ici le 1er janvier 2025, en faisant en sorte que les emballages en plastique à usage unique mis sur le marché soient recyclables, ne perturbent pas les chaînes de tri ou de recyclage, ne comportent pas de substances ou éléments susceptibles de limiter l'utilisation du matériau recyclé.

Issu d'un large processus de co-construction mené avec les parties prenantes (filières industrielles concernées, collectivités territoriales, associations de consommateurs et de protection de l'environnement) depuis septembre 2021, ce projet de stratégie 3R, soumis en parallèle à consultation des parties prenantes, vise à déterminer les priorités d'actions et les mesures concrètes à mettre en place, qu'elles soient transversales ou sectorielles, pour atteindre les objectifs 3R en 2025. Elle vise aussi à explorer les opportunités et contraintes, les freins et leviers associés à la perspective de fin de mise en marché des emballages en plastique à usage unique en 2040, afin de poser les premiers jalons et identifier les étapes à franchir pour orienter la France dans cette direction.

Le travail d'élaboration de cette stratégie a permis à 42 secteurs (boissons, hygiène / beauté, alimentaire frais transformé, etc.) d'établir un premier bilan de situation et d'identifier leurs “potentiels 3R” à 2025. Chaque bilan de situation tient compte des spécificités de chacun (propriétés barrières, usage, durée de conservation, circuits de distribution, etc.).

Chaque secteur identifié sera invité à réaliser un diagnostic précis de ses contraintes et de ses

opportunités, et à qualifier les besoins d'investissements en amont et en aval, afin de se doter de sa feuille de route sectorielle. L'État soutiendra financièrement toutes les filières qui s'engagent dans cette démarche.

La stratégie comporte également un plan d'actions, conçu pour répondre aux principaux enjeux associés au déploiement des alternatives 3R permettant d'atteindre les objectifs : limiter les emballages inutiles et excessifs, accompagner la montée en puissance du réemploi, ou encore accélérer la recyclabilité des emballages mis sur le marché.

La stratégie définitive sera adoptée d'ici fin mars.

Source

• **Stratégie nationale 3R “Réduire, Réutiliser, Recycler les emballages en plastique à usage unique” : l'État invite les filières à élaborer leur feuille de route sectorielle et annonce un soutien financier**, ministère de la Transition écologique, Actualités Presse, 22 février 2022

PUBLICATION DU DÉCRET SUR LES EMBALLAGES RÉEMPLOYÉS

Le 9 avril 2022, le “Décret n°2022-507 du 8 avril 2022 relatif à la proportion minimale d’emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement” a été publié au *Journal Officiel de la République française*. Le texte fixe des objectifs progressifs allant jusqu’à -10 % en 2027 et est applicable à compter du 1er janvier 2023.

Ce Décret définit pour les années 2023 à 2027 la proportion minimale d’emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement en France afin d’atteindre les objectifs de réemploi fixés par l’article L. 541-1 du code de l’environnement, soit 5 % en 2023 et 10 % en 2027. Il précise les producteurs concernés et prévoit la possibilité pour ces producteurs de se regrouper au sein d’une structure collective ou de s’appuyer sur leur éco-organisme pour remplir leur obligation d’emballages réemployés.

Définitions

Au sens de ce Décret, on entend par :

1/ “Emballages”, ceux qui remplissent les conditions précisées à l’article R. 543-43 (tout objet, quelle que soit la nature des matériaux dont il est constitué, destiné à contenir et à protéger des marchandises, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l’utilisateur, et à assurer leur présentation”);

2/ “Producteur”, toute personne qui, à titre professionnel, emballe ou fait emballer ses produits en vue de leur mise sur le marché, tout importateur dont les produits sont commercialisés dans des emballages ou, si le producteur ou l’importateur ne peuvent être identifiés, la personne responsable de la première mise sur le marché de ces produits ;

3 “Emballage réemployé ou réutilisé”, un emballage faisant l’objet d’au moins une deuxième utilisation pour un usage de même nature que celui pour lequel il a été conçu, et dont le réemploi ou la réutilisation est organisé par ou pour le compte du producteur. Un emballage faisant l’objet d’au moins une deuxième utilisation en étant rempli au point de vente dans le cadre de la vente en vrac, ou à domicile s’il s’agit d’un dispositif de recharge organisé par le producteur, est réputé être réemployé.

Exemptions

Les dispositions de ce décret ne sont pas applicables :

1 aux emballages de produits pour lesquels une disposition législative ou réglementaire nationale ou communautaire interdit le réemploi ou la réutilisation de ces emballages en raison d’impératifs d’hygiène ou de sécurité du consommateur ;

2 aux emballages de produits dont la mise sur le marché requiert une autorisation qui proscrit leur réemploi ou la réutilisation ou impose une obligation d’élimination du produit usagé avec son contenant.

Unité de mesure

L’unité de mesure des emballages réemployés ou réutilisés correspond à chaque emballage qu’il soit primaire, secondaire ou tertiaire.

Toutefois, le producteur peut adopter une autre unité de mesure des emballages réemployés ou réutilisés correspondant à une capacité équivalente, lorsqu’il peut justifier qu’une telle unité de mesure équivalente est plus adaptée aux produits emballés. Dans ce cas, l’unité de mesure correspond à une capacité équivalente à 0,5 litre s’agissant des liquides, et de 0,5 kilogramme dans les autres cas.

Obligations

Les obligations relatives à la mise sur le marché d'emballages réemployés ou réutilisés s'imposent à tout producteur responsable de la mise sur le marché d'au moins dix mille unités de produits emballés par an ainsi qu'à tout éco-organisme agréé pour les emballages.

Les producteurs concernés s'acquittent de leurs obligations soit de façon individuelle, soit en participant à une structure collective dont l'obligation annuelle correspond à la somme des obligations minimales incombant à chacun des adhérents.

Les producteurs qui ont adhéré à un éco-organisme s'acquittent de leur obligation par cet éco-organisme, qui remplit, dans ce cas, le rôle de structure collective.

Pour atteindre les objectifs d'emballages réemployés ou réutilisés à mettre sur le marché, tout éco-organisme agréé pour les emballages met en œuvre les modulations prévues et contribue au développement de solutions de réemploi et de réutilisation, y compris pour d'autres emballages que ceux relevant de sa catégorie d'agrément. Ces contributions prennent la forme de soutiens financiers attribués sur la base de procédures ouvertes à toute personne éligible qui en formule la demande ou sur la base de procédures de sélection concurrentielles.

Toute personne soumise à ces obligations communique annuellement à l'autorité administrative la quantité totale d'emballages qu'elle a, ou que ses adhérents ont, mis sur le marché ainsi que la proportion d'emballages réemployés ou réutilisés.

Objectifs

La proportion minimale d'emballages réemployés ou réutilisés à mettre sur le marché annuellement est fixée de la manière suivante :

Pour les producteurs déclarant un chiffre d'affaire annuel inférieur à 20 millions d'euros

- -5 % en 2026,
- -10 % en 2027.

Pour les producteurs déclarant un chiffre d'affaire annuel compris entre 20 et 50 millions d'euros

- -5 % en 2025,
- -7 % en 2026,
- -10 % en 2027.

Pour les producteurs déclarant un chiffre d'affaire annuel supérieur à 50 millions d'euros

- -5 % en 2023,
- -6 % en 2024,
- -7 % en 2025,
- -8 % en 2026,
- -10 % en 2027.

Les dispositions du présent décret entrent en vigueur le 1er janvier 2023.

Source

• **Décret n°2022-507 du 8 avril 2022 relatif à la proportion minimale d'emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement**, NOR : TREP2136706D, *Journal Officiel de la République française*, 9 avril 2022

PUBLICATION DE L'ARRÊTÉ SUR LES HUILES MINÉRALES INTERDITES SUR LES EMBALLAGES

En application de la loi AGEC (Anti-Gaspillage et Économie circulaire), l'Arrêté "précisant les substances contenues dans les huiles minérales dont l'utilisation est interdite sur les emballages et pour les impressions à destination du public" a été publié au *Journal Officiel de la République française* le 3 mai 2022. Il précise le type de substances qui seront interdites à compter du 1er janvier 2023.

Cet Arrêté a été pris en conformité avec les dispositions de l'Article 112 de la loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGEC). L'objectif est d'interdire les huiles minérales comportant des substances perturbant le recyclage des déchets et limitant l'utilisation des matériaux recyclés en raison des risques qu'elles présentent pour la santé humaine.

L'Article 1 de l'Arrêté précise qu'on entend par "huiles minérales" les huiles produites à partir de charges d'alimentation dérivées d'hydrocarbures pétroliers utilisées pour la fabrication d'encres.

L'Article 2 indique les types de substances concernées par l'interdiction :

1. les hydrocarbures aromatiques d'huile minérale (MOAH) comprenant de 1 à 7 cycles aromatiques ;
2. les hydrocarbures saturés d'huile minérale (MOSH) comportant de 16 à 35 atomes de carbone.

L'Arrêté entre en vigueur au 1er janvier 2023.

Jusqu'au 31 décembre 2024, l'interdiction d'utiliser des huiles minérales s'applique lorsque la concentration en masse dans l'encre des hydrocarbures aromatiques d'huile minérale (MOAH) est supérieure à 1 %.

À compter du 1er janvier 2025, l'interdiction d'utiliser des huiles minérales s'applique :

- pour les hydrocarbures aromatiques d'huile minérale (MOAH), lorsque la concentration en masse dans l'encre de ces substances est supérieure à 0,1 % ou que la concentration en masse dans l'encre des composés de 3 à 7 cycles aromatiques est supérieure à une partie par million (ppm) ;
- pour les hydrocarbures saturés d'huile minérale (MOSH), lorsque la concentration en masse dans l'encre de ces substances est supérieure à 0,1 %.

Les emballages et papiers imprimés fabriqués ou importés avant le 1er janvier 2023 bénéficient d'un délai d'écoulement des stocks n'excédant pas 12 mois à compter de cette date.

Les emballages et papiers imprimés fabriqués ou importés avant chacune des échéances mentionnées à l'article 2 et qui sont conformes aux dispositions autorisées avant ces échéances bénéficient d'un délai d'écoulement des stocks de 12 mois à compter de ces échéances.

Source

- **Arrêté du 13 avril 2022 précisant les substances contenues dans les huiles minérales dont l'utilisation est interdite sur les emballages et pour les impressions à destination du public**, *Journal Officiel de la République française* n°0102 du 3 mai 2022

ALLÉGATIONS DE NEUTRALITÉ CARBONE : LES DÉCRETS SONT PARUS

Ce sont deux décrets qui viennent d'être publiés au *Journal Officiel de la République française* du 14 avril 2022. L'un définit le cadre de la compensation carbone et des allégations de neutralité carbone dans la publicité, l'autre établit le régime de sanctions applicables en cas de méconnaissance de ces dispositions. Tous deux entrent en vigueur le 1er janvier 2023.

Les modalités de communication

C'est le Décret n°2022-539 du 13 avril 2022 "*relatif à la compensation carbone et aux allégations de neutralité carbone dans la publicité*" qui fixe les modalités de mise en œuvre de la communication, de la part des annonceurs, des mentions de neutralité carbone des produits et services, comme prévu par l'Article 12 de la loi "Climat et Résilience".

Les allégations visées

Sont citées les mentions qui affirment qu'un produit ou un service est :

- neutre en carbone,
- zéro carbone,
- avec une empreinte carbone nulle,
- climatiquement neutre,
- intégralement compensé,
- 100 % compensé,
- ou toute formulation de signification ou de portée équivalente.

Les supports concernés

Ces allégations peuvent être présentes dans :

- la correspondance publicitaire et les imprimés publicitaires,
- l'affichage publicitaire,
- les publicités figurant dans les publications de presse,
- les publicités diffusées au cinéma,
- les publicités émises par les services de télévision ou de radiodiffusion et par voie de services de communication en ligne,
- et sur les emballages des produits.

Les obligations de l'annonceur

- L'annonceur doit produire un bilan des émissions de gaz à effet de serre du produit ou service concerné couvrant l'ensemble de son cycle de vie, et doit le mettre à jour tous les ans.
- Ce bilan doit être réalisé conformément aux exigences de la norme ISO 14067 ou de tout autre standard équivalent.
- L'annonceur doit publier, sur son site ou à défaut sur son application mobile, un rapport de synthèse décrivant l'empreinte carbone du produit ou service dont il est fait la publicité et la démarche grâce à laquelle ces émissions de gaz à effet de serre sont prioritairement évitées, puis réduites, et enfin compensées. Ce rapport comprend trois annexes détaillant son contenu (I. Le résultat du bilan - II. La trajectoire visée de réduction des émissions de gaz à effet de serre associées au produit ou au service, avec des objectifs de progrès annuels quantifiés - III. Les modalités de compensation des émissions résiduelles, avec la nature et la description des projets de compensation et des informations sur leur coût).
- Cette publication doit être disponible pendant toute la durée de commercialisation du produit ou du service, et accessible via un lien Internet ou un QR code, indiqué sur la publicité ou l'emballage portant

l'allégation de neutralité carbone.

- Les réductions et séquestrations d'émissions, ainsi que les projets de compensation doivent répondre à plusieurs critères fixés par le Code de l'environnement ou ceux du label "Bas Carbone".

Les sanctions

C'est le Décret n°2022-538 du 13 avril 2022 qui définit *"le régime de sanctions applicables en cas de méconnaissance des dispositions relatives aux allégations de neutralité carbone dans la publicité".

Il prévoit que le ministre chargé de l'environnement peut sanctionner les manquements constatés. Après avoir envoyé un courrier à l'annonceur lui précisant qu'il dispose d'un délai d'un mois pour présenter par écrit ses observations sur les griefs formulés à son encontre, le ministre peut le mettre en demeure de se conformer à ces obligations dans un délai qu'il détermine et il peut rendre publique cette mise en demeure.

Lorsque l'annonceur ne se conforme pas à cette mise en demeure dans le délai déterminé, le ministre peut ordonner le paiement de l'amende prévue à l'article L. 229-69 du Code de l'environnement, soit 20 000 € pour une personne physique et 100 000 € pour une personne morale, ces montants pouvant être portés jusqu'à la totalité du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale.

Sources

- **Décret n°2022-538 du 13 avril 2022 définissant le régime de sanctions applicables en cas de méconnaissance des dispositions relatives aux allégations de neutralité carbone dans la publicité**, NOR : TRER2203084D, *Journal officiel de la République française*, 14 avril 2022
- **Décret n°2022-539 du 13 avril 2022 relatif à la compensation carbone et aux allégations de neutralité carbone dans la publicité**, NOR : TRER2209794D, *Journal officiel de la République française*, 14 avril 2022
- **Article L229-69**, Code de l'environnement

INFORMATION SUR LES CARACTÉRISTIQUES ENVIRONNEMENTALES DES PRODUITS : LE DÉCRET EST PARU

Le 30 avril 2022, le Décret “relatif à l’information du consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets” a été publié au *Journal Officiel de la République française*. Il comprend des dispositions applicables notamment aux emballages cosmétiques, qui entreront en vigueur pour la plupart à partir du 1er janvier 2023.

Ce Décret vient définir les conditions d’application d’une partie de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l’économie circulaire (loi AGEC), qui prévoit la bonne information des consommateurs, plus complète et encadrée, à propos des impacts environnementaux des produits qu’ils consomment.

Le champ d’application du Décret

Selon ce Décret, les qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets s’entendent comme “*les caractéristiques destinées à informer le consommateur sur les conditions relatives à une meilleure prévention et gestion des déchets.*”

Les produits soumis à l’obligation d’information sont “*les produits neufs mis sur le marché à destination du consommateur.*”

Seuls les producteurs, importateurs ou tout autre metteur sur le marché déclarant, pour les produits qu’ils mettent sur le marché national, un chiffre d’affaire supérieur à 10 millions d’euros et sont responsables annuellement de la mise sur le marché national d’au moins 10 000 unités de ces produits, sont soumis à cette obligation.

Les obligations applicables au secteur cosmétique

Elles s’appliquent aux “emballages servant à commercialiser les produits consommés ou utilisés par les ménages, y compris ceux consommés hors foyer”, ce qui comprend les emballages des produits cosmétiques.

Incorporation de matière recyclée

- L’incorporation de matière recyclée est mesurée comme la proportion globale en masse de matériaux issus du recyclage.
- Cette information est exprimée pour ces produits sous la forme de la mention “emballage comportant au moins [%] de matières recyclées”.

Possibilités de réemploi

- Les possibilités de réemploi s’entendent comme les possibilités pour un emballage de remplir les conditions pour pouvoir être qualifié d’emballage réemployé ou réutilisé.
- Cette information est exprimée sous la forme de la mention “emballage réemployable” ou “emballage rechargeable”.

Recyclabilité

- La recyclabilité s’entend comme étant la capacité de recyclage effective des déchets issus de produits identiques ou similaires. La recyclabilité est caractérisée pour ces déchets par :
 1. la capacité à être efficacement collecté à l’échelle du territoire, via l’accès de la population à des points de collecte de proximité ;
 2. la capacité à être trié, c’est-à-dire orienté vers les filières de recyclage afin d’être recyclé ;
 3. l’absence d’éléments ou substances perturbant le tri, le recyclage ou limitant l’utilisation de la matière recyclée ;
 4. la capacité à ce que la matière recyclée produite par les processus de recyclage mis en œuvre

représente plus de 50 % en masse du déchet collecté ;

5. La capacité à être recyclé à l'échelle industrielle et en pratique, notamment via une garantie que la qualité de la matière recyclée obtenue est suffisante pour garantir la pérennité des débouchés, et à ce que la filière de recyclage puisse justifier d'une bonne capacité de prise en charge des produits pouvant s'y intégrer.

• Cette information est exprimée sous la forme de la mention "produit majoritairement recyclable" ou "emballage majoritairement recyclable", lorsque ces cinq critères sont remplis. Si la matière recyclée produite par les processus de recyclage mis en œuvre représente plus de 95 % en masse du déchet collecté, l'information mise à disposition peut comporter la mention "produit entièrement recyclable".

Ces trois dispositions sont applicables à partir du 1er janvier 2023.

Allégations environnementales

Ce Décret stipule également qu'il est interdit de faire figurer sur un produit ou un emballage, neuf à destination du consommateur, les mentions "biodégradable", "respectueux de l'environnement" ou toute autre allégation environnementale équivalente.

Cette disposition est d'application immédiate, puisqu'elle est entrée en vigueur le 1er mai 2022.

Les produits ou emballages concernés bénéficient d'un délai d'écoulement des stocks jusqu'au 1er janvier 2023, dès lors qu'ils ont été fabriqués ou importés avant le 30 avril 2022.

La mise à disposition des informations

Le producteur ou importateur et tout autre metteur sur le marché des produits concernés met à disposition :

- les informations sur les qualités et caractéristiques environnementales de ces produits,
- les informations sur les primes et pénalités mentionnées à l'**Article L. 541-10-3 du Code de l'environnement** et versées par le producteur en fonction de critères de performance environnementale.

Cette mise à disposition se fait sous un format dématérialisé, accessible sans frais au moment de l'acte d'achat et réutilisable de façon à permettre une agrégation.

À cette fin, pour chaque produit concerné, le producteur ou importateur met à disposition l'information prévue sur un site ou une page Internet dédié comportant une fiche intitulée "Fiche produit relative aux qualités et caractéristiques environnementales" de façon à permettre des recherches et requêtes directes sur Internet ainsi que l'extraction des données en vue d'un éventuel traitement automatisé des informations présentées.

L'obligation de mise à disposition des informations mentionnées demeure applicable pendant deux ans après la mise sur le marché de la dernière unité du produit concerné.

Un arrêté du ministre chargé de l'environnement doit préciser les caractéristiques techniques et les modalités de présentation des sites ou pages Internet dédiés aux qualités et caractéristiques environnementales des produits.

Source

• **Décret n° 2022-748 du 29 avril 2022 relatif à l'information du consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets**, *Journal Officiel de la République française* n°0101 du 30 avril 2022

NAGOYA, EN PRATIQUE... ET EN COMPLEXITÉ !

Le protocole de Nagoya, entré en vigueur le 12 octobre 2014, vise à garantir la souveraineté des pays sur leurs richesses biologiques. Si son but est simple, son application l'est un peu moins en raison de la multiplication de réglementations nationales, internationales et européennes. Au congrès Parfums & Cosmétiques 2019, Thomas Delille, avocat au sein du cabinet Mayer Brown, a présenté un cas pratique afin d'aider les industriels du secteur cosmétique à mieux s'y retrouver.

“Le Protocole de Nagoya a pour objectif le partage juste et équitable des avantages résultant de l'accès et de l'utilisation d'une ressource génétique et/ou d'une connaissance traditionnelle associée à des pays 'parties' au Protocole”, détaille Thomas Dellile en préambule. “Pour résumer schématiquement la problématique du Protocole, nous avons un utilisateur, qui peut être une entreprise, un centre de recherche ou une université, qui souhaite accéder à un matériau, une ressource génétique auprès d'un fournisseur, afin de conduire des activités d'utilisation ou de R&D sur ledit matériau. Il peut s'agir éventuellement de connaissances traditionnelles associées à ces matières premières. Le Protocole de Nagoya a introduit une règle : pour accéder et utiliser la ressource, l'utilisateur a besoin d'obtenir le consentement préalable et éclairé des fournisseurs, mais aussi de conclure des dispositions convenues d'un commun accord pour aboutir à consentement préalable et éclairé. L'utilisateur devra éventuellement partager les avantages de son utilisation avec le fournisseur de la ressource”.

Depuis son entrée en vigueur, le Protocole de Nagoya s'est vu adjoindre de nombreuses autres réglementations, comme la Convention sur la Diversité Biologique adoptée par l'ONU, ou les législations d'APA (Accès au Partage des Avantages) votées par certains pays:

- celles relatives aux pays d'accès, dont le pays d'où le matériau est issu,
- celles des pays d'utilisation afin de s'assurer que les entreprises respectent bien la loi.

L'Union européenne est également partie au protocole.

Elle a adopté un schéma relatif à la “conformité”. *“Cela signifie qu'elle va jouer le rôle de législation du pays d'utilisation pour tous les États membres de l'Union”, ajoute Thomas Delille. “Elle met en place un certain nombre de règles, pour s'assurer que toute entreprise ou utilisateur qui conduit de la R&D dans un des pays membres de l'Union européenne se conforme aux obligations applicables dans les pays fournisseurs des ressources génétiques”.*

Cas pratique

L'avocat a pris comme exemple l'entreprise française (fictive) Bonnemine qui a une existence à l'échelle mondiale, ce qui sous-entend qu'elle possède des entités juridiques à travers le monde.

Cette société a développé un produit cosmétique : la crème pour le visage Sancerne, dont les propriétés sont super hydratantes. Cette allégation repose sur la R&D conduite par l'entreprise sur le Senzis, l'un des ingrédients de la formule.

À noter que le marketing qui entoure ce produit est activement axé sur la teneur de cet actif, originaire du Brésil. Cette provenance est affichée et revendiquée sur l'étiquetage.

La formulation comporte également deux autres ingrédients : l'Aerolythis provenant d'Inde et une huile essentielle française.

Lecture des ingrédients

- L'Aerolythis est extrait d'Inde, pays partie au Protocole de Nagoya et qui a une législation APA en place.

Cet ingrédient a été acheté sous forme d'un lot unique en 2006. L'entreprise Bonnemine ne conduit pas

de R&D sur cette matière.

- Le Senzis vient du Brésil, qui lui n'est pas partie au Protocole. Le pays l'a signé, mais ne l'a pas encore ratifié. En revanche, il a sa propre APA en place depuis de nombreuses années. Cet ingrédient est acheté régulièrement depuis 2015 sous différents lots par l'entreprise Bonnemine qui conduit de la R&D sur les propriétés hydratantes de cette matière première.

- L'huile essentielle est originaire de France. L'Hexagone est partie au Protocole de Nagoya, a une APA en place et est un des États membres de l'Union européenne. Cette huile essentielle est achetée depuis fin 2016, et a été obtenue par une activité de R&D en France, sur la matière première dont elle est issue.

Quelles réglementations s'appliquent à chaque ingrédient ?

L'Aerolythis

Pour un lot acheté en 2006, le Protocole de Nagoya ne s'applique pas étant donné qu'il est entré en vigueur en 2014.

La réglementation de l'Union européenne est également hors champs, puisqu'elle conditionne son application au fait que le matériau accédé soit concerné par ledit Protocole.

En revanche, l'Inde a voté son Biological Diversity Act (BDA) en 2002, entré en application en 2004.

De ce fait, la législation indienne peut tout à fait et indépendamment s'appliquer à l'entreprise Bonnemine.

Elle couvre l'obtention à des fins d'utilisation commerciales et la soumet à une autorisation de l'autorité indienne de la National Biodiversity Authorities (NBA).

"Il est à noter que si la matière première devait faire l'objet d'un dépôt de brevet ou d'autres types de droits de propriété intellectuelle, des obligations supplémentaires pourraient s'appliquer", précise Thomas Delille. "À partir du moment où un matériau est soumis à cette autorisation des autorités indiennes, une obligation de partage des avantages peut être assortie".

Pour s'y retrouver, des guidelines ont été éditées afin d'identifier et de comprendre le niveau d'obligations en termes de partage des bénéfices.

De plus, dans le cas où l'entreprise Bonnemine aurait manqué à ses obligations, l'Inde a ouvert depuis 2018 des fenêtres de régularisation.

Le Senzis

Étant donné que le Brésil n'a pas encore ratifié Protocole de Nagoya, ce règlement et celui de l'Union européenne sont hors champ.

Cependant, la législation brésilienne s'applique. Elle ouvre l'accès à l'héritage génétique ainsi qu'à l'exploitation économique des produits issus dudit accès.

Dans notre cas, le Senzis est un héritage génétique brésilien, c'est une plante endémique.

Il est utilisé par Bonnemine depuis 2016, période où la loi brésilienne était déjà en vigueur (2015).

Au sens de cette législation, le concept d'accès va recouvrir très largement la conduite de recherche, mais aussi le développement technologique sur un héritage génétique brésilien.

Le développement technologique induit des travaux systématiques, conduits sur l'héritage génétique. Ceux-ci se basent sur des procédures existantes, dans le but de développer de nouveaux matériels, produits ou dispositifs.

Ces travaux visent aussi à l'amélioration de nouvelles procédures, à des fins d'exploitation économique.

Ici, la R&D de Bonnemine s'est portée sur les vertus hydratantes du Senzis dans le but de vendre la crème Sancerne. L'exploitation économique est clairement définie.

Ainsi, l'accès à la matière déclenche une obligation d'enregistrement sur la plateforme SisGen, aux

premiers acquéreurs de matériaux, c'est-à-dire les fournisseurs au Brésil. Cet enregistrement ne peut être réalisé que par une entité juridique locale. La législation brésilienne prévoit aussi une obligation de notification, toujours par le système SisGen, à la commercialisation du produit fini. Cela doit se faire par le fabricant dudit produit. Ce point peut être compliqué pour les structures qui ne disposent pas d'antenne au Brésil. Outre ce problème, il existe aussi les notions de partage des bénéfices. Celui-ci n'est pas automatique. Il est conditionné au fait que l'héritage génétique apporte une valeur ajoutée au produit final. Dans le cas de la crème Sancerne, c'est évident. L'obligation du partage des bénéfices revient aux manufacturiers.

L'huile essentielle

Pour cet ingrédient, la loi française, européenne et le Protocole de Nagoya pourraient s'appliquer. Néanmoins, pour une huile essentielle, on ne parle pas vraiment de ressource génétique, mais de dérivé.

“Dans notre situation, nous avons dans la crème Sancerne une huile essentielle qui est un dérivé d'une matière première, au sens du Protocole de Nagoya. Il y a un accès et de la R&D sur la plante originaire. Ensuite, on conduit de la R&D sur l'huile essentielle elle-même. La question est de savoir si les activités sur le dérivé tombent dans le champ d'application des différentes législations”, souligne Thomas Delille. “Le protocole de Nagoya est assez flou, il définit le terme de dérivé, mais ne détaille pas la façon dans laquelle il peut être soumis à des obligations d'accès et de partage des bénéfices”.

La réglementation de l'Union européenne, quant à elle, a une compréhension plus large de la manière dont les dérivés peuvent tomber dans son champ d'application.

Elle considère non seulement que l'Accès et la R&D sur la ressource génétique sont concernés, mais aussi les actions de R&D sur le dérivé lui-même.

“Ce règlement n'est pas clair à ce propos”, indique Thomas Dellile, mais la Commission développe des guidelines pour une meilleure compréhension. “Pour résumer, on peut s'interroger sur la potentielle application du règlement Union européenne dans ce cas précis. Si oui, il y aurait des obligations de diligence et éventuellement une déclaration à faire avant la commercialisation auprès des autorités compétentes”, ajoute-t-il.

Pour ce qui est de la loi française, Bonnemine pourrait également avoir des obligations de diligence pour l'utilisation de cette huile essentielle.

Cela l'obligerait, par exemple, à vérifier que son fournisseur s'est bien conformé à la législation locale pour accéder à la plante et pour pouvoir la transformer.

Pour résumer, ingrédient par ingrédient, l'entreprise Bonnemine doit s'assurer de plusieurs points.

- Avoir une autorisation pour obtenir et utiliser l'Aerolythis. L'éventuel partage des bénéfices est fixé par les autorités indiennes.
- S'assurer que son fournisseur de Zensis a bien effectué un enregistrement sur la plateforme SigGen. À son tour, Bonnemine doit enregistrer le produit sur cette même plateforme.
- Être vigilante en ce qui concerne l'utilisation d'huile essentielle puisque ce sont des dérivés de matières premières.

Au titre européen, il y a vraisemblablement une obligation de diligence nécessaire de déclaration.

Auprès des autorités françaises, la diligence est nécessaire avant la mise sur le marché.

À travers ce cas pratique, on se rend compte de la difficulté du sujet.

“Pourtant, on ne parle que de législations relativement classiques. Il en existe une centaine et il est impensable de s'imaginer pouvoir s'y conformer à la lettre, parce que cela présuppose de pouvoir les identifier en amont. Pour pouvoir les appréhender au mieux, il est nécessaire de faire s'asseoir à la même

table des départements de l'entreprise, comme le marketing et le règlementaire, qui n'ont pas forcément l'habitude de communiquer. Cela permettra de faire remonter les informations et de développer de meilleures stratégies", Thomas Delille.

ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES : LE NOUVEAU CADRE EN PRATIQUE (1/2)

En France, c'est la loi "AGEC" avec ses décrets et arrêtés publiés pour sa mise en œuvre ainsi que le nouveau guide du CNC, qui viennent rabattre les cartes des règles applicables aux allégations environnementales. En Europe, c'est la révision de la Directive "PCD" (Pratique Commerciales Déloyales) qui les cible également fortement. Lors du 20e Congrès Parfums et Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu à Chartres fin novembre, Xavier Guéant et Stéphanie Lumbers, de la FEBEA, ont détaillé le nouveau cadre et ses implications pratiques. Focus sur la loi AGEC et le Décret QCE.

Le nouveau cadre français

Tout commence avec la loi "AGEC" n°2020-105 du 10 février 2020 "relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire".

Elle aborde de façon plus ou moins directe certaines allégations environnementales en relation avec les formules ou produits cosmétiques à proprement parler, mais aussi avec les articles de conditionnement, et en particulier les emballages.

De nombreuses allégations s'en trouvent encadrées voire interdites.

L'Article 13 évoque à la fois les perturbateurs endocriniens, les substances préoccupantes et les allégations sur les emballages.

L'Article 13-1 a notamment donné lieu à **un Décret "QCE"**, pour Qualités et Caractéristiques Environnementales, publié fin avril 2022. *"Ce décret était attendu de longue date. Et on notera le décalage de publication entre ce décret et la loi elle-même, ce qui fait poser la question de l'implémentation au 1^{er} janvier 2023"*, a commenté Xavier Guéant.

La loi "Climat et Résilience"

La loi "Climat et Résilience" n°2021-1104 du 22 août 2021 "portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets" vient ensuite. Issue des travaux de la Convention citoyenne pour le climat, elle est donc d'initiative citoyenne.

"Ce sont des citoyens tirés au sort qui ont émis des propositions reprises ensuite par le législateur", a expliqué Xavier Guéant, "ce qui peut expliquer parfois certaines dispositions qui interrogent, qui parfois peuvent faire doublon avec d'autres dispositions, y compris de la loi 'AGEC', comme l'affichage environnemental".

Ses dispositions ont déjà donné lieu à **un décret sur la neutralité carbone** publié en avril 2022.

Cette loi a également généré certain nombre de modifications du Code de la consommation, notamment concernant les sanctions applicables aux pratiques commerciales trompeuses et ou déloyales à visée environnementale, qui marquent la volonté de lutter contre l'écoblanchiment (ou greenwashing).

Les allégations environnementales sont ainsi bien identifiées comme susceptibles d'induire une tromperie du consommateur. Et ce n'est pas neutre puisque le poids des sanctions associées à l'écoblanchiment est considérablement alourdi, passant de 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique trompeuse à 80 % lorsqu'elles reposent sur des allégations en matière environnemental. Ce taux permet ainsi d'aller au-delà du plafond de 300 000 € (le montant maximum de l'amende usuelle), ce qui constitue une sanction particulièrement dissuasive.

“Cela montre bien que l’écoblanchiment est devenu une priorité sur le sujet de la lutte contre les pratiques commerciales trompeuses, puisque c’est la sanction la plus grave qu’on puisse imaginer sur ce terrain”, a commenté Xavier Guéant.

Le nouveau rôle de l’ARPP

Pour intégrer les propositions portées par la Convention citoyenne pour le climat, reprises dans la loi “Climat et Résilience”, l’ARPP a pris plusieurs engagements, notamment le renforcement du contrôle des principales campagnes nationales comportant une allégation environnementale. L’Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité enrichit aussi son périmètre d’action par le renforcement du contrôle avant diffusion des principales campagnes nationales multi-supports comportant une allégation environnementale.

La base des actions de l’ARPP dans ce domaine est sa Recommandation Développement durable, une recommandation transverse dont l’application, parallèlement à la Recommandation Produits cosmétiques, est actuellement en discussion.

La mise à jour du Guide du CNC sur les allégations environnementales

Le Conseil National de la Consommation est un organisme paritaire, comprenant un collège professionnel et un collège consommateur, dont les guides ont une vocation essentiellement pédagogique et d’aide à la décision pour les professionnels, mais qui servent aussi fréquemment de référence aux autorités de contrôle.

Le Guide sur les allégations environnementales a été initié suite au Grenelle de l’environnement. Sa réactualisation est actuellement en cours de finalisation, rendue nécessaire pour prendre en compte les nombreuses évolutions dans ce domaine, aussi bien du fait des initiatives législatives que des attentes des consommateurs. Les travaux devraient être terminés pour la fin de l’année 2022, et le nouveau Guide disponible peu de temps après.

Le Décret QCE du 29 avril 2022

Il a été pris en application de l’Article 13-I de la loi “AGEC”. Il prévoit que, pour améliorer l’information des consommateurs, les producteurs et importateurs de produits générateurs de déchets les informent, par voie de marquage, d’étiquetage, d’affichage ou par tout autre procédé approprié, sur leurs qualités et caractéristiques environnementales.

Certaines de ces informations concernent particulièrement les cosmétiques :

- l’incorporation de matière recyclée dans les emballages,
- la recyclabilité des emballages,
- les possibilités de réemploi des emballages,
- la présence de substances dangereuses (dans les emballages et dans la formule),
- la compostabilité (pour certains emballages uniquement).

“Ce qu’il faut d’abord retenir, c’est qu’on parle d’une obligation franco-française qui s’applique uniquement sur le marché français”, a rappelé Xavier Guéant.

Mais en France, cette information des consommateurs, qui va être, comme le prévoit le Décret, fournie de façon dématérialisée, aura aussi des répercussions sur les allégations volontaires qui pourraient figurer notamment sur les packs ou dans des campagnes publicitaires.

Pour répondre aux questions pratiques d'interprétation, les services du Ministère de la Transition Écologique ont pris l'initiative de publier **une foire aux questions** qui vient accompagner la bonne compréhension de ce décret. Cette FAQ est évolutive et pourra être complétée si nécessaire.

La forme de la fiche QCE

Pour les différentes allégations citées dans le Décret, il s'agit de mettre à disposition des consommateurs les informations sur une fiche produit, sous un format dématérialisé, qui devra être intitulée "Fiche produit relative aux qualités et caractéristiques environnementales". Elle devra être disponible gratuitement en ligne et pouvoir être retrouvée facilement soit par une application, soit par un moteur de recherche.

Cette "Fiche produit QCE" sera distincte de la présentation du produit, en particulier sur un site marchand. Elle devra rester en ligne pendant deux ans après la mise sur le marché de la dernière unité du produit concerné.

La mise en œuvre de cette nouvelle obligation va se faire de façon progressive puisqu'un échelonnement est prévu en fonction du chiffre d'affaires annuel et du nombre d'unités de produits que les entreprises mettent sur le marché français chaque année, ces deux conditions étant cumulatives.

Cela concerne ainsi :

- à partir du 1er janvier 2023 (sauf pour les produits dont la mise sur le marché de la dernière unité intervient entre le 1er janvier et le 31 mars 2023) : CA = 50 millions d'euros - Nombre d'unités = 25 000 ;
- à partir du 1er janvier 2024 : CA = 20 millions d'euros - Nombre d'unités = 10 000 ;
- à partir du 1er janvier 2025 : CA = 10 millions d'euros - Nombre d'unités = 10 000.

Mais que se passe-t-il si une entreprise se situe en-dessous de ces seuils ? La réponse est : rien du tout ! *"Les textes sont explicites, en particulier pour les TPE"*, a précisé Xavier Guéant. *"Cette obligation ne sera tout simplement pas applicable même si les services du Ministère de la Transition Écologique, dans leur FAQ, encouragent la diffusion de cette fiche sur la base du volontariat"*.

C'est ensuite Stéphanie Lumbers qui a donné les éléments opérationnels pour mettre en œuvre ces obligations.

La recyclabilité

Le Décret définit la recyclabilité comme la capacité de recyclage effective des déchets issus des produits, et ce au travers de cinq critères :

- la capacité à être efficacement collecté sur l'ensemble du territoire,
- la capacité à être trié, c'est-à-dire orienté vers les filières de recyclage,
- l'absence d'éléments ou substances perturbateurs du recyclage,
- la capacité à ce que la matière recyclée produite représente plus de 50 % en masse du déchet collecté,
- la capacité à être recyclé à l'échelle industrielle et en pratique permettant de fournir une matière recyclée de qualité.

Lorsque ces cinq critères sont remplis, le Décret indique que l'information doit être mises à disposition du consommateur par la mention : "Emballage majoritairement recyclable".

Si la matière recyclée représente plus de 95 % en masse du déchet collecté, cette mention peut devenir : "Emballage entièrement recyclable".

"Pour être clair, 95 % est un niveau qui va être extrêmement difficile à atteindre, et qui va concerner relativement peu d'emballages", a commenté Stéphanie Lumbers.

À noter que la FAQ précise que les mentions négatives ne sont pas requises. Si un emballage ne répond

pas à aux critères de la recyclabilité, son producteur n'est pas obligé d'indiquer "Emballage non recyclable", il lui suffit de ne rien faire figurer à ce propos dans la fiche QCE.

Enfin, lorsqu'au moins 50 % de la matière recyclée peut être réincorporée dans un autre emballage de la même filière REP, il est possible (sans que ce soit une obligation) la mention : "Emballage recyclable en un emballage de même nature".

Le calcul du taux de recyclabilité

Si le Décret donne une définition de la recyclabilité, il ne fournit pas de mode de calcul. Il faut donc se référer à une des deux principales méthodologies existantes, l'outil TREE de CITEO ou Recyclclass.

L'outil TREE est basé sur des filières de recyclage en France et ses recommandations sont établies à partir des tests effectués par le COTREP pour les plastiques et le CEREC pour les fibres.

Recyclclass est basé sur les moyennes des filières européennes de recyclage, et fournit en plus des certificats de recyclabilité sur la base de ses recommandations.

Le Décret indique clairement que c'est à l'éco-organisme de fournir l'information sur la recyclabilité au producteur du pack : les clients de CITEO ou de Leko doivent donc utiliser les outils mis à disposition par ces éco-organismes. Lorsque le producteur a mis en place un système individuel de Responsabilité Élargie, c'est à lui, et sous sa responsabilité, de déterminer cette information.

Les allégations de recyclabilité

• Dans la fiche QCE

Le Décret indique que l'obligation d'information sur la recyclabilité s'applique au produit dans sa globalité et non à chacun de ses composants. Mais il est possible de dissocier l'emballage primaire (tube / flacon / pot) de l'emballage secondaire (étui).

Et il faut respecter strictement les termes indiqués par le texte : "Majoritairement" ou "Entièrement recyclable".

• Sur le pack

Pour ces allégations qui restent volontaires, on peut retrouver un peu de créativité, sous réserve de respecter les règles générales applicables aux allégations. Les allégations globalisantes et celles susceptibles d'induire le consommateur en erreur sont à proscrire, tout comme l'allégation "100 % recyclable".

Il faut d'autre part veiller à garder une cohérence d'ensemble avec les données de la fiche QCE.

L'intégration de matière recyclée

L'incorporation de matière recyclée est mesurée comme la proportion globale en masse de matériaux issus du recyclage.

Cette information doit être exprimée par la mention : "Emballage contenant au moins X % de matières recyclées". *"Attention, soyez relativement conservateur dans ce pourcentage puisqu'il peut varier d'une production à l'autre"*, a conseillé Stéphanie Lumbers.

Là encore, les mentions négatives ne sont pas requises dans la fiche QCE. Elles peuvent être apportées de manière volontaire, uniquement sous la forme : "Produit ne comportant pas de matières recyclées", mais le producteur peut aussi ne rien faire figurer du tout dans la fiche.

Attention : à ce stade, il est exclu de prendre en compte le recyclage chimique. *"Ce n'est pas une exclusion de principe"*, a expliqué Stéphanie Lumbers, *"mais ça va nécessiter de se référer à des méthodologies de calcul validées au niveau de l'Union européenne qui ne sont à ce jour pas encore définies"*.

Les allégations relatives à la matière recyclée

• Dans la fiche QCE

Comme pour la recyclabilité, le Décret stipule que l'obligation s'applique au produit dans sa globalité et non pas à ses différents composants, avec toujours la possibilité de séparer l'emballage primaire du secondaire. Et il est également nécessaire de respecter scrupuleusement la formulation : "au moins X % de matière recyclée".

• Sur le pack

Là encore, les mêmes règles s'imposent pour les allégations à proscrire et la cohérence à respecter avec la fiche QCE.

Le réemploi

L'information sur les emballages qui peuvent être réemployés doit être présentée avec les mentions : "Emballage réemployable" ou "Emballage rechargeable".

Il fait aussi référence à un autre décret relatif à la proportion minimale d'emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement pour préciser qu'un emballage réemployable est un emballage conçu pour avoir au moins une deuxième utilisation :

- soit pour un usage de même nature, organisé par ou pour le compte du producteur (on ne parle pas là du pot de confiture qui est utilisé à la maison pour y conserver autre chose),
- soit en étant rempli sur le point de vente (vente en vrac) ou à domicile (systèmes de recharges).

Les allégations du réemploi

• Dans la fiche QCE

Pas de place pour la créativité non plus ici. Les termes à employer sont uniquement : "Emballage réemployable" ou "Emballage rechargeable".

• Sur le pack

Il est possible d'ajouter, de façon volontaire, des éléments complémentaires, à condition que cela ne puisse pas entraîner une confusion pour le consommateur.

La compostabilité

La mention à utiliser dans ce cas est : "Emballage compostable".

Le texte fait référence à l'Arrêté du 15 mars 2022 qui liste les emballages et déchets compostables pouvant faire l'objet d'une collecte conjointe avec des biodéchets ayant fait l'objet d'un tri à la source.

"Quand on regarde la liste des emballages qui sont cités dans cet Arrêté, on est vraiment uniquement sur des sacs de collecte, type sacs de fruits et légumes, sachets de thé, etc. Donc on ne voit pas bien quelles sont les catégories d'emballages cosmétiques qui pourraient rentrer dans ce cadre", a commenté Stéphanie Lumbers.

Mais dans la loi AGEC, il est indiqué que tous les produits et emballages en matière plastique compostable, que ce soit en compostage industriel ou domestique, doivent porter la mention "Ne pas jeter dans la nature". La loi précise aussi que la mention "Compostable" est réservée aux produits pouvant être compostés à domicile.

Cette mention ne concerne donc pas directement les emballages cosmétiques, mais elle pourrait être pertinente pour des lingettes. Dans ce cas, l'allégation doit être utilisée avec beaucoup de précautions, d'autant que les normes existantes pourraient être considérées comme étant obsolètes et mal refléter

les conditions réelles de compostage domestique. Des tests en conditions réelles sont donc plus que conseillés avant de se lancer dans cette allégation...

*(Après leur intervention, Xavier Guéant et Stéphanie lumbers ont répondu aux questions des congressistes sur le sujet - **compte-rendu à retrouver ici**

ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES : LE NOUVEAU CADRE EN PRATIQUE (2/2)

En France, c'est la loi "AGEC" avec ses décrets et arrêtés publiés pour sa mise en œuvre ainsi que le nouveau guide du CNC, qui viennent rabattre les cartes des règles applicables aux allégations environnementales. En Europe, c'est la révision de la Directive "PCD" (Pratique Commerciales Déloyales) qui les cible également fortement. Lors du 20e Congrès Parfums et Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu à Chartres fin novembre, Xavier Guéant et Stéphanie Lumbers, de la FEBEA, ont détaillé le nouveau cadre et ses implications pratiques. Focus sur les allégations interdites, la révision de la Directive "PCD" et la mise à jour du guide CNC.

Les allégations interdites

L'Article 13 de la loi "AGEC" prévoit l'interdiction de faire figurer sur un produit ou un emballage neuf à destination du consommateur les mentions "Biodégradable", "Respectueux de l'environnement" ou tout autre allégation environnementale équivalente. Cette disposition est reprise dans **le Décret "QCE" du 29 avril 2002**, qui confirme l'interdiction générale de ces deux allégations.

Dans les travaux en cours pour la révision de la Directive européenne sur les pratiques commerciales déloyales de 2005, la Commission européenne et les États membres ont également exprimé l'intention de traiter des allégations globalisantes, en particulier sur le thème "Respectueux de l'environnement". *"Cette mention n'appelle donc pas de commentaire particulier"*, a commenté Xavier Guéant. *"En revanche, l'interdiction générale de l'allégation 'Biodégradable' interroge au niveau français par rapport à sa conformité au droit européen. C'est ce qui a amené la FEBEA à contester ce volet du décret sur la biodégradabilité auprès du Conseil d'État"*.

La Fédération défend ainsi la possibilité de pouvoir utiliser l'allégation "Biodégradable" pour les formules cosmétiques, convaincue de son bénéfice environnemental et de l'intérêt de l'information du consommateur sur ce thème. Mais à ce jour, au vu du droit positif (et des sanctions associées), cette allégation est bel et bien interdite depuis le 1er mai 2022 (avec un délai accordé jusqu'au 1er janvier 2023 pour l'écoulement des stocks des produits et emballages fabriqués ou importés avant le 30 avril 2022).

Les mentions équivalentes

Pour compléter le décret, la notion de "mentions équivalentes" sera abordée dans le prochain guide du CNC (Conseil National de la Consommation) sur les allégations environnementales, qui va donner des indications sur ce qu'elles peuvent englober.

Pour "Respectueux de l'environnement", la liste devrait comprendre : "Écoresponsable", "Bio-responsable", "Bio-compatible", "Respectueux de la nature", "Respectueux de la planète", "Favorable à l'environnement", "Bon pour l'environnement", "Bon pour le climat", "Bon pour la planète", "Écologique", "Vert", "Ami de la nature"...

Pour les mentions équivalentes à "Biodégradable", le guide du CNC pourrait citer : "Se dégrade dans l'environnement", "Ne laisse pas de résidus en fin de vie", "S'élimine de manière naturelle"...

Ces "blacklists" ne sont pas limitatives, et il faut rappeler que le guide du CNC n'est pas un texte de droit positif. Ce sont toutes les allégations à caractère globalisant qui sont concernées par l'interdiction et tout dépendra en fait de la doctrine de contrôle suivie par les autorités.

L'allégation "Neutralité carbone"

La volonté de la Convention citoyenne pour le climat était d'interdire totalement les allégations de neutralité carbone. Finalement, dans la loi Climat et Résilience, l'allégation reste possible dans la publicité, mais, à partir du 1^{er} janvier 2023, **dans un cadre extrêmement contraint**.

Pour l'utiliser, l'entreprise doit mettre à la disposition du public plusieurs éléments d'information :

- un bilan d'émissions de gaz à effet de serre intégrant les émissions directes et indirectes du produit, mis à jour chaque année et réalisé conformément aux exigences de la norme ISO 14067 (ou équivalent),
- la description de la démarche grâce à laquelle les émissions sont prioritairement évitées, puis réduites et enfin compensées, à l'aide d'objectifs de progrès annuels quantifiés,
- les modalités de compensation des émissions de gaz à effet de serre résiduelles respectant les standards minimaux définis par décret.

Même si cette allégation reste donc possible en théorie, bien qu'assez difficile à mettre en œuvre, Stéphanie Lumbers a alerté sur un contexte plus global, qui rend son usage assez critique.

En effet, **un avis d'experts de l'ADEME** rappelle que d'un point de vue scientifique, le concept de neutralité carbone s'entend principalement à l'échelle mondiale, éventuellement à celle d'un pays, mais difficilement au niveau de l'entreprise, et encore moins à celui d'un produit. Cet avis souligne le risque d'induire les consommateurs en erreur puisqu'ils pourraient croire à l'absence d'impact du produit, et une mise en danger de la réputation de l'entreprise face aux critiques des associations environnementales.

Avant de se lancer dans cette allégation, il est donc vivement conseillé de se référer à cet avis, qui établit des recommandations pour une communication responsable sur les émissions de gaz à effet de serre et l'allégation de neutralité carbone.

La révision de la Directive "PCD"

La France est actuellement très en pointe sur le sujet des allégations environnementales et ne cache pas sa volonté de pousser cette problématique au niveau européen.

Et de fait, ce sujet arrive sur la table des discussions communautaires par le biais de la révision de la Directive sur les Pratiques Commerciales Déloyales (PCD).

Le 30 mars 2022, la Commission a proposé de mettre à jour les règles en matière de protection des consommateurs, dans le but de leur donner les moyens d'agir en faveur de la transition écologique, notamment en ciblant les allégations environnementales peu fiables ou fausses et en interdisant l'écoblanchiment.

Le projet de texte fait clairement la distinction entre les allégations génériques et les spécifiques.

Plus une allégation sera générique, vague et globalisante, plus il y aura de risques qu'elle soit assimilée à de l'écoblanchiment. En revanche, plus l'allégation sera spécifique et précise, plus elle aura de chances d'être estimée conforme. Et la Commission donne des exemples d'allégations environnementales génériques : "Respectueux de l'environnement", "Écologique", "Vert"...

Le texte prévoit aussi de sanctionner les allégations qui englobent le produit dans son ensemble, alors qu'elles ne concernent en réalité qu'une de ses caractéristiques (ce qu'on appelle aussi des allégations alibis).

"Il n'y a rien là de bien nouveau", a commenté Xavier Guéant, "mais cela montre une volonté d'explicitier les règles et d'éviter certaines dérives qu'on a pu voir sur le marché. Et cela ne concerne pas le secteur cosmétique en particulier, mais toute l'industrie des biens de consommation puisque cette Directive est un texte transverse".

Cette proposition doit maintenant être examinée par le Conseil et le Parlement européen, puis, une fois adoptée, la Directive devra être transposée dans les législations nationales des États membres.

La mise à jour du guide CNC

Ce guide nouvelle formule va être divisé en deux parties.

La première partie “générique” rappelle les différents textes qui traitent des allégations environnementales et les grands principes qui en découlent, ainsi qu’une section d’aide à la décision.

La seconde aborde les allégations de façon plus précise pour rappeler les règles applicables à chacune.

Le principe de la proportionnalité de l’allégation

“Il s’agit de trouver un juste milieu entre la volonté tout à fait légitime de vendre son produit, de faire usage de la créativité du marketing, et la réalité des caractéristiques du produit”, a introduit Xavier Guéant.

L’allégation doit donc exprimer avec justesse les propriétés du produit, en adéquation avec les éléments justificatifs dont on dispose. En clair : le message doit être proportionné à l’ampleur des actions qui sont menées.

Et on ne parle pas là que des allégations qui sont faites sur le packaging du produit, mais aussi de celles qui sont présentes sur tous les supports de communication : site internet, réseaux sociaux, etc.

La clarté et l’absence d’ambiguïté de l’allégation

Sans exclure leur utilisation, l’emploi d’éléments naturels ou évoquant la nature (y compris des illustrations de la Terre ou des visuels majoritairement verts) ne doit pas induire le consommateur en erreur sur les propriétés environnementales du produit.

L’avantage revendiqué par l’allégation ne doit pas par ailleurs conduire à créer ou à aggraver d’autres impacts environnementaux du produit, à l’une ou l’autre des étapes de son cycle de vie, ni à un transfert de pollution.

La clarté et l’absence d’ambiguïté de l’allégation signifie également l’absence de confusion avec des sigles officiels. Attention aux “auto-déclarations” dont les signes ne doivent pas être utilisés de manière à suggérer sans fondement une approbation officielle ou une certification par un tiers. *“C’est un point sur lequel l’ADEME est particulièrement vigilant”,* a averti Xavier Guéant.

L’existence de justificatifs

C’est un point fondamental. Les allégations environnementales doivent être étayées et il faut avoir en sa possession toutes les preuves requises à l’appui de la revendication, de façon à pouvoir les produire en cas de contrôle des autorités ou d’une demande émanant d’un consommateur, d’une ONG ou d’une association.

Faire une allégation environnementale en pratique

Dans ce contexte, que faut-il examiner avant de valider une allégation environnementale ? Stéphanie Lumbers a donné la marche à suivre.

1. Vérifier si l’allégation est interdite ou encadrée (comme détaillé ci-dessus et dans le premier volet de cet article).
2. Vérifier la conformité de l’allégation aux **six Critères Communs** du Règlement Cosmétiques ainsi qu’aux dispositions relatives aux pratiques commerciales déloyales (articles L.121-1 et suivants du Code de la consommation).

3. Nourrir son appréciation au regard des **orientations de la Commission concernant les pratiques commerciales déloyales**, et de la **Recommandation de l'ARPP sur le développement durable**.

4. Garder à l'esprit la révision amorcée de la Directive PCD et la mise à jour du Guide CNC.

Et on pourrait ajouter : ne s'engager sur ce chemin vert qu'à pas feutrés et en toute modestie...

*(Après leur intervention, Xavier Guéant et Stéphanie lumbers ont répondu aux questions des congressistes sur le sujet - **compte-rendu à retrouver ici***

LES ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES À L'INTERNATIONAL

Avec la récente loi AGEC en France, les allégations environnementales sont sous le feu des projecteurs. Mais l'Hexagone n'est pas le seul à s'intéresser à ce sujet. Partout dans le monde, des réglementations sont en marche, avec souvent des disparités d'un pays à l'autre, dans la façon dont elles sont comprises et régies. Lors des Rencontres Internationales organisées le 25 mars 2021, Catherine Apolinario, Chargée d'affaires réglementaires internationales de Cosmed, a proposé un tour du monde des allégations environnementales et des obligations réglementaires qui les encadrent.

Quand on parle d'allégations environnementales, il faut d'abord comprendre qu'elles englobent les mentions, les logos, les consignes de tri, la présentation du produit et/ou de l'entreprise... Aujourd'hui, de plus en plus de pays mettent en place des règles pour réduire l'impact des produits et des services sur l'environnement ou réduire la quantité de déchets qu'ils génèrent. Et on en est encore en grande partie à "Un pays, une réglementation", ce qui complexifie la gestion de leurs implications pour les entreprises à l'export.

Opération "Coup de balai"

Une étude de la Commission européenne, l'opération "coup de balai", est menée chaque année pour vérifier que les sites Internet respectent bien les directives concernant la protection du consommateur. En 2020, un focus a été fait sur tout ce qui englobe les allégations environnementales et notamment le greenwashing (écoblanchiment, en français). Cette étude est multisectorielle mais les cosmétiques y sont bien représentés (à hauteur de 17 %).

Bilan : sur les 344 allégations qui ont semblé douteuses :

- plus de 50 % ne comportaient pas suffisamment d'informations pour permettre aux consommateurs de juger de l'exactitude de l'allégation,
- 37 % étaient trop vagues ou trop générales,
- 59 % étaient présentées sans preuves facilement accessibles à l'appui.

Dans 42 % des cas, les allégations ont été jugées exagérées, fausses ou fallacieuses.

Le cadre réglementaire des allégations environnementales

Si elles sont encore peu concernées par des réglementations spécifiques, les allégations environnementales voient l'état se resserrer autour d'elles.

Les nouvelles réglementations environnementales

En Europe, le **Plan d'action en faveur de l'économie circulaire**, dit Green Deal, prévoit de mettre en place des méthodes standardisées pour justifier les allégations et éviter le greenwashing.

En France, **la loi Anti-gaspillage pour une Économie circulaire**, dite loi AGEC, instaure un certain nombre d'interdictions, notamment pour l'utilisation du Point Vert et des allégations comme "Biodégradable".

La norme ISO 14021:2016

Cette norme internationale, intitulée "**Marquage et déclarations environnementaux — Autodéclarations environnementales (Étiquetage de type II)**", est une référence reconnue : elle spécifie les exigences relatives aux autodéclarations environnementales (entendez : les allégations marketing) et décrit une méthodologie générale d'évaluation et de vérification des allégations.

Cette norme définit les allégations environnementales comme étant toutes les mentions, symboles ou graphiques qui indiquent un aspect environnemental d'un produit, d'un composant ou d'un emballage. Elle précise qu'elles peuvent apparaître sur les étiquettes d'un produit ou de son emballage, sous forme de documentation relative au produit, de bulletins techniques, de publicité, de publications, de télémarketing, ou être véhiculée par le biais de supports numériques ou électroniques tels qu'Internet.

Elle pose le principe de l'interdiction des allégations environnementales vagues ou imprécises, ou qui impliquent de façon générale qu'un produit est bénéfique ou inoffensif pour l'environnement.

Il faut ainsi :

- indiquer clairement si l'allégation concerne le produit complet ou uniquement un de ses composants ou son emballage,
- que l'allégation soit précise et ne puisse pas être mal interprétée,
- éviter toute exagération,
- prévoir, en cas d'explications complémentaires à l'allégation, que la mention explicative soit de longueur raisonnable et qu'elle soit située à une proximité raisonnable de l'allégation,
- pouvoir prouver l'allégation par des méthodes standardisées ou relever d'une certification (type Ecolabel européen.)

En pratique, cela signifie que certaines allégations ne doivent pas être utilisées, quand d'autres le peuvent de façon plus ou moins restreinte.

Feu rouge sur...

Les allégations trop vagues, trop générales, trop imprécises, impossibles à prouver sont à proscrire.

Exemples :

- Sans danger pour l'environnement
- Respectueux de l'environnement
- Respectueux de la planète
- Non polluant
- Vert - Green - Ami de la nature - Eco-friendly
- Protège la couche d'ozone...

Feu orange sur...

Les allégations en rapport avec la durabilité doivent être accompagnées de mentions expliquant ce qu'elles signifient concrètement. Exemples :

- Durable
- Durabilité
- Développement durable...

Feu vert sur...

Les allégations encadrées par la norme, qui peuvent être utilisées dès lors qu'elles ne sont pas mensongères et que leur véracité peut être prouvée. Exemples :

- Dégradable - Biodégradable
- Compostable
- Recyclable
- Recyclé
- Économe en énergie - eau...

Focus sur l'allégation "Dégradable – Biodégradable"

Selon la norme, la dégradabilité est la caractéristique d'un produit ou d'un emballage qui, sous réserve de conditions particulières, lui permet de se décomposer jusqu'à un certain point et dans un temps donné.

Deux notions importantes doivent être précisées : la quantité de matériau qui peut être effectivement dégradé et la durée nécessaire à sa dégradation, de façon à ce que le consommateur ne soit pas tenté de jeter le produit ou son emballage n'importe où, y compris dans la nature, au nom de sa dégradabilité...

Et l'allégation doit être prouvée par des méthodes d'analyses pertinentes par rapport aux conditions dans lesquelles le produit est susceptible d'être éliminé.

Focus sur l'allégation "Recyclable"

Pour la norme, la recyclabilité est la caractéristique d'un produit, d'un emballage ou d'un composant associé qui peut être détourné du flux de déchets par des procédés et des programmes disponibles, et qui peut être collecté, traité et remis en usage sous la forme de matières premières ou de produits.

Bien sûr, il faut s'assurer de l'existence de filières de tri et de collecte, et, éventuellement, l'allégation devra être accompagnée de mentions explicatives si des installations de recyclage ne sont pas disponibles pour le plus grand nombre des consommateurs.

Focus sur l'allégation "Durable"

La durabilité est définie par la norme comme le développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.

La norme souligne aussi qu'aucune allégation de ce type non précisée ne doit être établie : *"Cette allégation est donc à prendre avec un maximum de pincettes"*, a commenté Catherine Apolinario.

Les allégations environnementales à l'International

En règle générale, il n'existe pas réellement à l'étranger de lois opposables pour ce type d'allégations. En revanche, elles font l'objet de différentes lignes directrices, qui servent de références aux autorités de contrôle dans leurs inspections.

Canada

Les Guidelines de 2008, éditées par l'Association canadienne de normalisation, sont en fait un guide de lecture de la norme ISO 14021:2016.

États-Unis

Les **Guides for the use of environmental marketing claims**, publiés par la FTC (Federal Trade Commission) en 2012, reprennent également les principes généraux de la norme ISO.

Mexique

C'est toujours la norme ISO qui sert de texte de référence à la partie spécifique aux allégations environnementales du Guide général sur les allégations. Seule différence : l'allégation durable n'est pas acceptée à ce jour, les preuves pour étayer cette allégation n'étant pas disponibles actuellement pour le marché mexicain.

Afrique du Sud

Un très court texte de deux pages a été publié par l'Advertising Regulatory Board (l'équivalent de l'ARPP française), et reprend les mêmes principes : les allégations doivent être claires, précises, non ambiguës, documentées et justifiées. Toute mention liée à la recyclabilité, à la dégradabilité ou au respect de la couche d'ozone doit être accompagnée de mentions explicatives.

Europe

Il n'existe pas encore de cadre spécifique aux allégations environnementales, mais elles doivent déjà, comme toute allégation, respecter le **Règlement 655/2013 sur les Critères Communs**, tout comme la **Directive 2005/29** sur les pratiques commerciales déloyales qui inclut une petite partie sur les allégations environnementales.

La Commission européenne a fourni des **orientations** pour ce type d'allégations, dont l'objectif principal est d'éviter le greenwashing.

Selon les mêmes principes, les allégations environnementales doivent être claires, précises, non généralistes ni vagues, non ambiguës, documentées et justifiées. Il est de plus ajouté que le bénéfice obtenu d'un côté ne doit pas se faire au détriment d'un autre (exemple : j'utilise deux fois moins d'eau mais je génère trois fois plus de déchets...).

En conclusion, Catherine Apolinario a rappelé que de plus en plus de pays mettent en place des taxes ou des programmes pour atteindre des objectifs en matière de gestion des déchets, de recyclage... Les allégations environnementales pourraient être la prochaine cible des réglementations, à l'instar de la France qui fait figure de pionnière en la matière, et qui sera, avec sa loi AGEC, le premier pays à encadrer les allégations environnementales de manière très stricte.

Les labels

Beaucoup de certifications et autres labels se sont positionnés sur le créneau du respect de l'environnement. Et, avec leurs cahiers des charges précis et leurs critères exigeants, certains d'entre eux apparaissent comme une solution "simple" pour s'inscrire de façon efficace dans une démarche environnementale. Plusieurs sont spécifiques au secteur cosmétique.

Facilement identifiables, ils sont aussi gages de sécurité et de confiance aux yeux de l'opinion publique.

ÉCOLABEL EUROPÉEN

Créé en 1992, l'Écolabel européen est le seul label écologique officiel européen utilisable dans tous les pays membres de l'Union Européenne. Il est délivré, en France, par AFNOR Certification, organisme certificateur indépendant. C'est une marque volontaire de certification de produits et services.

Il repose sur le principe d'une approche globale qui prend en considération le cycle de vie du produit à partir de l'extraction des matières premières, la fabrication, la distribution, et l'utilisation jusqu'à son recyclage ou son élimination après usage. La qualité et l'usage, ainsi que l'emballage dans le cas d'une certification de produits, sont également pris en compte.

Il peut concerner toute une série de produits et services, allant des appareils électriques à la bureautique, en passant par l'habillement, les lubrifiants, les matières premières de bricolage ou le matériel de camping, les produits d'entretien et d'hygiène.



Au nombre des critères pris en compte pour la certification : éviter la pollution de l'eau en limitant la quantité d'ingrédients potentiellement nuisibles et la charge toxique totale du produit ; limiter la production de déchets en réduisant la quantité d'emballages ; limiter ou prévenir les risques pour l'environnement liés à l'utilisation de substances dangereuses.

Pour les cosmétiques, s'il ne définit pas d'exigences en termes d'origine naturelle ou végétale des ingrédients, il étend ses critères (au contraire des principaux labels bio) aux substances sensibilisantes des parfums, à l'écologie de l'emballage, à l'éco-toxicité du produit et assure même que celui-ci "répond correctement à l'usage auquel il est destiné".

Pour aller plus loin

- Voir le **Règlement européen n°66/2010** établissant le label écologique de l'UE.

L'ÉCOLABEL EUROPÉEN, PLUS D'ACTUALITÉ QUE JAMAIS !

Il existe depuis près de 30 ans, mais les tendances du moment et l'actualité réglementaire pourraient bien lui donner une nouvelle jeunesse. Lors des Rencontres Règlementaires organisées par Cosmed le 25 mars 2024, Céline Scheuer, en charge sa gouvernance à la Direction Économie Circulaire et Déchets de l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie rebaptisée Agence de la transition écologique), a présenté les caractéristiques (et les intérêts) de l'Écolabel européen et de son référentiel "Produits cosmétiques".

Depuis sa création en 1992 via le **Règlement 66/2010**, l'**Écolabel européen** a pour but de certifier la performance environnementale d'un produit ou d'un service via une approche "Best in class".

"*Best in class*", cela veut dire qu'on vise les 10 à 20 % de meilleurs produits du marché", a expliqué Céline Scheuer. "*On est vraiment dans l'excellence environnementale*".

Les principes de l'Écolabel européen

Il s'agit d'une démarche de certification volontaire, validée par une tierce partie (en France : l'Afnor). Les critères des référentiels sont révisés régulièrement, en concertation avec les entreprises titulaires, les fédérations professionnelles, les ONG et les associations de consommateurs, de façon suivre à suivre les évolutions technologiques et sanitaires, ainsi que celles des connaissances environnementales : "*L'idée est d'avoir un référentiel le plus exigeant possible, mais en même temps réaliste*", a commenté Céline Scheuer.

Les référentiels sont adoptés en tant que Décisions de la Commission européenne.

C'est le seul Écolabel officiel respectant la **norme ISO 14024:2018 "Labels et déclarations environnementaux – Délivrance du label environnemental de type I – Principes et procédures"** applicable dans tous les États membres de l'Union européenne, ce qui lui donne un atout majeur puisque cela lui permet d'être facilement identifiable dans le cadre des marchés publics et privés partout en Europe.

Actuellement, 22 groupes de produits (notamment les détergents, les peintures, les papiers, les couches, et les produits cosmétiques à rincer) et deux services (les hébergements touristiques et les services de nettoyage) sont concernés par l'Écolabel européen. Les produits financiers devraient rejoindre cette liste très prochainement.

La labélisation d'un produit revient en moyenne à 2000 à 3000 euros, ce qui comprend l'ensemble des coûts, des frais d'inscription jusqu'à l'audit sur site de l'Afnor.

Le processus dure autour de six mois.

Une approche "cycle de vie" et multicritères

L'Écolabel européen couvre les principaux impacts environnementaux d'un produit (au niveau de l'approvisionnement, de la fabrication, de l'utilisation, de la fin de vie), déterminés sur des bases scientifiques élaborées avec la Commission européenne.

Mais s'il est principalement à visée environnementale, il inclut aussi des aspects sanitaires (notamment pour les produits "à gros enjeux" comme les peintures, les détergents, les produits cosmétiques), des aspects sécuritaires, sociaux et éthiques.

Parmi ses objectifs :

- favoriser le remplacement des substances dangereuses par des substances plus sûres,
- soutenir la durabilité, la réutilisabilité, la recyclabilité et l'intégration de matériaux recyclés (par

exemple pour le critère “Emballage” du référentiel “Produits cosmétiques”),

- garantir le respect de la législation européenne existante,
- imposer des exigences d’aptitude à l’emploi et de performance (*“L’objectif est que les produits ‘Écolabel’ soient performants d’un point de vue environnemental, mais aussi performants tout court par rapport aux autres produits du marché”*, a expliqué Céline Scheuer)...

Il résulte de ces objectifs des exigences strictes au regard de plusieurs aspects :

- les substances dangereuses,
- la biodégradabilité,
- la consommation d’eau et d’énergie,
- la production de déchets,
- l’intégration de matériaux recyclés,
- la durabilité/réparabilité des produits.

Le référentiel “Produits cosmétiques”

Pour un produit cosmétique, la phase du cycle de vie est prépondérante. Les plus gros impacts environnementaux sont liés :

- à la fabrication : quantité de matière utilisée pour les emballages, recyclabilité et possibilité de recharge, substances entrant dans la composition du produit... avec des conséquences sur le changement climatique (ex : consommation d’énergie), l’appauvrissement des ressources (ex : matériaux utilisés pour l’emballage), mobilisation des terres arables (ex : huile de palme)... ;
- à l’utilisation : dosage et chauffage de l’eau..., avec des conséquences sur l’épuisement des ressources (ex : quantité d’eau utilisée pour le rinçage d’un shampoing) et le changement climatique (ex : chauffage de l’eau pour le rinçage) ;
- à la fin de vie : rejet dans l’environnement... avec des conséquences polluantes (écotoxicité aquatique, émissions de substances nocives pour l’environnement)...

Les exigences

Le référentiel “Produits cosmétiques” de l’Écolabel européen s’attache à répondre à tous ces grands enjeux.

Il est actuellement en cours de révision (un vote est prévu fin avril 2021). Céline Scheuer a présenté les principaux points sa nouvelle structure :

1. Toxicité pour les organismes aquatiques (avec la notion de Volume de Dilution Critique) des produits à rincer
2. Biodégradabilité des produits cosmétiques à rincer
3. Biodégradabilité et toxicité aquatique des produits sans rinçage
4. Limitation des substances entrantes dans le produit
5. Critères sur les emballages
6. Ingrédients d’origine renouvelable, avec notamment avec un critère sur l’huile de palme
7. Aptitude à l’usage, l’efficacité étant un pilier de l’Écolabel européen
8. Informations apparaissant sur l’Écolabel à l’intention des consommateurs

Au final, les produits porteurs de l’Écolabel européen peuvent donc se prévaloir d’avoir les caractéristiques suivantes :

- une incidence réduite sur les écosystèmes aquatiques,
- la conformité à des exigences strictes en matière de biodégradabilité,
- une forte limitation des substances dangereuses dans le produit,
- une réduction des déchets d’emballage.

Le champ d’application

À noter aussi que ce nouveau référentiel ne se limitera plus aux produits cosmétiques à rincer et va étendre son périmètre de labellisation aux :

- produits solaires,
- produits cosmétiques solides,
- produits capillaires,
- produits de massage,
- soins pour les lèvres,
- bains de bouche,
- déodorants et antitranspirants,
- cosmétiques de beauté,
- dissolvants et vernis à ongles
- produits de soin pour animaux.

Voilà qui ouvre largement le champ des possibles en termes de produits labellisés, alors qu'on a longtemps reproché à l'Écolabel son champ d'action limité aux seuls cosmétiques à rincer.

Plus qu'un label, un outil d'orientation

“L'Écolabel européen est bien sûr une certification, mais il peut être vu aussi comme un réel outil de pilotage de la politique d'écoconception interne à l'entreprise, puisqu'il permet d'intégrer les problématiques de toxicité pour organismes aquatiques, la biodégradabilité, les aspects sanitaires, l'emballage...”, a souligné Céline Scheuer.

Et c'est aussi un outil boosteur de chiffre d'affaires puisque :

- c'est un repère simple et une garantie pour les consommateurs en demande de produits du quotidien plus respectueux de l'environnement,
- c'est aussi un guide pour faciliter les achats professionnels responsables (dont les commandes publiques qui représentent 10 % du PIB...).

En septembre 2020, 75 796 produits sur le marché en Europe portaient ce label, pour 1757 entreprises titulaires. Et sa popularité va croissante, puisqu'il enregistre chaque année plus de produits et d'entreprises titulaires.

La France est le premier pays européen en termes de nombre d'entreprises titulaires de l'Écolabel européen mais seulement le troisième en nombre de produits (7958) derrière l'Espagne (15 768) et l'Italie (9703).

Presque 76 000 produits labellisés, mais seulement 2599 cosmétiques à rincer parmi eux : *“On observe une bonne dynamique puisque on a plus que doublé le nombre de produits depuis 2014, mais il y a un fort potentiel qui reste à développer”*, a commenté Céline Scheuer.

D'autant qu'actuellement, une majorité des produits français portant l'Écolabel européen sont vendus dans des circuits BtoB (dans des magasins type Office Dépôt ou à des collectivités, des restaurants, des hôtels...) : *“On a peu de produits en grandes surfaces. Il y a tout à faire sur le secteur de la grande distribution et on pense que l'Écolabel européen peut être vraiment un facteur de différenciation par rapport aux autres produits”*, a affirmé Céline Scheuer.

Une bonne perception des consommateurs

Une récent sondage de l'ADEME vient soutenir ce propos : 73 % des consommateurs déclarent connaître l'Écolabel européen (nom et visuel), un chiffre stable depuis 2018. Mais les produits qui lui sont les plus associés restent la lessive (36 %), le liquide vaisselle (34 %), le papier toilette (30 %).

Autre point à mettre au crédit de ce label : un niveau de confiance et de satisfaction très élevé (81 %), notamment chez les plus jeunes consommateurs. Dans l'ensemble, le respect de l'environnement se place en 4e position des critères les plus importants lors de l'achat de produits non alimentaires, derrière la qualité, le prix et l'impact sur la santé.

“C'est très positif, puis l'Écolabel européen a aussi des critères de performance”, a rappelé Céline Scheuer. “C'est donc un atout majeur puisqu'il permet d'assurer aux consommateurs qu'un produit plus respectueux de l'environnement et de la santé ne signifie pas une performance amoindrie”.

Et ce sans qu'on note de différences de prix significatives avec les autres produits.

“Au final, les quatre critères d'achat principaux des consommateurs sont bien pris en compte via ce label et nous pensons que ça peut être un fort facteur de différenciation des produits, et une réponse aux attentes des consommateurs qui sont de plus en plus friands de produits plus respectueux pour l'environnement et pour leur santé”, a-t-elle conclu.

Une différenciation accrue dans le cadre de la loi AGEC

C'est un autre avantage et facteur de différenciation qui vient d'apparaître.

L'Article 13 de la loi française relative à l'Anti-Gaspillage et à l'Économie Circulaire (loi AGEC), qui va entrer en vigueur le 1er janvier 2022, indique qu'il est interdit de faire figurer sur un produit ou un emballage les mentions “Biodégradable”, “Respectueux de l'environnement” ou toute autre mention équivalente.

L'Écolabel européen découlant d'un Règlement européen qui, par définition, prévaut sur la loi française, cet Article 13 ne peut pas faire obstacle à l'application du Règlement : *“Cela veut dire qu'on devrait toujours pouvoir utiliser, sous réserve de confirmation par la dernière version du référentiel ‘Produits cosmétiques’, le logo optionnel de l'Écolabel européen, qui permet de faire figurer des allégations telles que ‘Biodégradable’ ou ‘Meilleur pour l'environnement’, et que toutes les mentions qui ne sont ni mensongères ni trompeuses et qui ne créent pas de confusion pour le consommateur pourront continuer à figurer sur les emballages”, a explicité Céline Scheuer.*

Un point que l'ADEME a fait valider par le ministère de la Transition écologique : les pratiques des titulaires de l'Écolabel resteront valables indépendamment de l'entrée en vigueur des dispositions de l'Article 13 de la loi AGEC !

Et la différenciation avec les autres produits sur ces mentions pourrait être d'autant plus forte que les labels privés, comme Cosmébio, COSMOS, NaTrue ou Nature & Progrès ne devraient pas pouvoir bénéficier de ce type de dérogation...

Des campagnes de promotion

Profitant du bon vent qui souffle sur l'Écolabel européen, l'ADEME a bien l'intention de *“mettre le paquet”* pour promouvoir ses aspects positifs dès 2021 et encore plus en 2022, année où il fêtera ses 30 ans...

Cela passera notamment par la recherche de partenariats avec la grande distribution pour mettre en avant les produits “Écolabel” dans les rayons, de façon à ce qu'il soit de plus en plus visible auprès des consommateurs, ou encore par sa promotion au niveau des achats professionnels via les acheteurs publics durables.

Les moyens pour passer à l'Écolabel européen

L'ADEME est gestionnaire d'une partie des fonds du plan de relance, notamment en lien avec l'écoconception, via deux lignes budgétaires.

Le dispositif Tremplin

Valable uniquement en 2021, il prévoit des forfaits d'aides financières et des démarches administratives simplifiées à trois niveaux :

- la réalisation d'un pré-diagnostic d'écoconception : 5000 €,
- la mise en œuvre de l'Écolabel européen, en passant par un prestataire, pour aider les entreprises à mettre en place la certification : 12 000 €,
- la prise en charge du coût de la certification : 2000 € par produit.

Le pack éco conception

Basé sur les aides classiques de l'ADEME, il peut :

- apporter une aide pour les diagnostics et la mise en œuvre de projets d'écoconception, dont l'Écolabel européen (Taux d'aide : de 50 à 70 % selon la taille de l'entreprise),
- soutenir des investissements, notamment pour l'Écolabel européen (Taux d'aide : de 35 à 55 % en fonction de la taille de l'entreprise).

Pour retrouver tous les dispositifs d'aides dans le cadre du plan de relance et déposer un dossier de demande d'aide, il suffit de consulter la **plateforme Agir pour la transition écologique**.

LES NOUVEAUX CRITÈRES DE L'ÉCOLABEL EUROPÉEN

Le 26 octobre 2021, la Commission européenne a publié la Décision 2021/1870 établissant les critères d'attribution du label écologique de l'UE. Ce label, jusqu'alors réservé aux produits à rincer, pourra maintenant être attribué aux produits cosmétiques dans leur ensemble (y compris les non-rincés), ainsi qu'aux produits de soin pour animaux. Cette Décision introduit également des changements dans les critères jusqu'alors établis pour les produits à rincer et prévoit une période de transition pour s'y adapter.

Cette Décision rappelle d'abord que le Règlement 66/2010 dispose que le label écologique de l'UE peut être attribué aux produits ayant une incidence réduite sur l'environnement pendant tout leur cycle de vie.

La décision 2014/893/UE de la Commission a établi les critères du label pour le groupe de produits "cosmétiques à rincer", dont la validité a été prolongée jusqu'au 31 décembre 2021.

Cette Décision vient :

- réviser les critères applicables au groupe de produits "cosmétiques à rincer",
- étendre le champ d'application de ce groupe aux autres produits cosmétiques couverts par le Règlement Cosmétiques 1223/2009 et aux produits de soin pour animaux.

Le nouveau groupe de produits "produits cosmétiques" comprend maintenant les produits à rincer ou sans rinçage destinés à un usage privé ou professionnel. Ces nouveaux critères seront valables jusqu'au 31 décembre 2027.

Les critères

Les critères d'attribution du label écologique de l'UE aux "produits cosmétiques" sont les suivants :

- 1) toxicité pour les organismes aquatiques : volume critique de dilution (VCD) des produits à rincer ;
- 2) biodégradabilité des produits à rincer ;
- 3) toxicité aquatique et biodégradabilité des produits sans rinçage ;
- 4) substances exclues ou soumises à restrictions ;
- 5) emballage ;
- 6) approvisionnement durable en huile de palme, huile de palmiste et leurs dérivés ;
- 7) aptitude à l'emploi ;
- 8) information sur le label écologique de l'UE.

Les exigences spécifiques d'évaluation et de vérification sont indiquées pour chaque critère dans l'Annexe I de cette Décision.

Période de transition

- Les demandes d'attribution du label écologique de l'UE présentées avant la date d'adoption de cette Décision pour des produits relevant du précédent groupe de produits "cosmétiques à rincer" seront évaluées conformément aux conditions définies dans la Décision 2014/893.
- Les demandes d'attribution du label écologique de l'UE pour les produits relevant du groupe de produits "cosmétiques à rincer" présentées dans les deux mois suivant la date d'adoption de cette Décision peuvent être fondées soit sur les critères établis par cette Décision, soit sur les critères établis par la Décision 2014/893.
- Les licences de label écologique attribuées à l'issue de l'évaluation d'une demande fondée sur les critères définis dans la Décision 2014/893 pourront être utilisées pendant douze mois à compter de la date d'adoption de cette Décision.

Source

- **Décision (UE) 2021/1870 de la Commission du 22 octobre 2021 établissant les critères d'attribution du label écologique de l'UE aux produits cosmétiques et aux produits de soin pour animaux**, *Journal officiel de l'Union européenne*, L 379/8, 26 octobre 2021

CERTIFICATION ÉCOLOGIQUE : L'ÉCOLABEL EUROPÉEN VS COSMOS

À l'heure de s'engager dans sa transition écologique, et de vouloir le faire certifier par un organisme indépendant, il n'est pas toujours simple de choisir vers quel référentiel se tourner. Lors de la JEST (Journée d'Échanges Scientifiques et Techniques) organisée par Cosmed le 24 septembre 2021, Céline Ramier, de Cellande, forte de son expérience avec deux d'entre eux, est venue les présenter, avec leurs avantages et leurs inconvénients.

Cellande est une entreprise française de fabrication et de conditionnement de produits cosmétiques, avec pour cœur de métier l'hygiène des mains en atelier, les détergents écologiques et biocides. Elle a aujourd'hui, d'une part, quatre de ses formules certifiées selon le référentiel EC426 de l'Écolabel européen, et d'autre part, six produits capillaires et deux produits bucco-dentaires en sous-traitance certifiés labélisés COSMOS.

Lors de cette présentation, le propos de Céline Ramier n'était pas dire si un référentiel était préférable à l'autre, mais bien de donner les clés pour choisir l'un ou l'autre, de détailler comment elle les gère au quotidien, pour que chacun puisse choisir celui qui paraît au plus proche de son marché et/ou de ses exigences en termes de formulation.

La certification : les plus et les moins

Quels avantages attendre d'une certification ? Céline Ramier en a cité plusieurs :

- les garanties pour le consommateur qui cherche un produit "vert" et qui est rassuré par le fait qu'un organisme externe se porte garant du respect de règles mises en place pour assurer le caractère écologique du produit qu'il achète ;
- la clarté, toujours pour le consommateur, qui sait que les mêmes règles s'appliquent à tous les produits présents sur le marché, quelle que soit leur marque ;
- la démarche d'amélioration continue qu'elle sous-tend pour l'industriel, qui doit s'adapter aux évolutions régulières des référentiels ;
- des gains de marché, puisqu'aujourd'hui, beaucoup d'appels d'offres ou de référencements incluent une certification obligatoire ;
- une justification plus facile des allégations auprès des autorités de contrôle...

Mais une certification peut aussi avoir quelques inconvénients :

- des contraintes supplémentaires, notamment en termes de formulation et d'achats ;
- des coûts additionnels liés aux prestations des organismes certificateurs ;
- des ressources à dédier aux démarches administratives (montage des dossiers, audits sur site...);
- des délais de mise sur le marché allongés, par l'obligation de validation par l'organisme certificateur qui contrôle les ingrédients, les formules, les étiquettes, les éléments de communication... ;
- moins de flexibilité quand il s'agit de changer une matière première, un fournisseur, une formule, une étiquette... ;
- des contraintes nouvelles quand les référentiels évoluent... sachant que ces contraintes s'ajoutent, évidemment, à celles que prévoit la réglementation applicable à tous les produits cosmétiques.

Les référentiels

Les règles qui régissent jusqu'au 31 décembre 2021 l'Écolabel européen découlent de la Décision de la Commission européenne 2014/893/UE, et s'applique aux produits cosmétiques rincés. De **nouveaux critères viennent d'être publiés** le 26 octobre 2021 qui étendent le champ d'action de ses critères aux produits cosmétiques dans leur ensemble (y compris non-rincés) ainsi qu'aux produits de soin pour animaux.

Le référentiel COSMOS, qui englobe toutes les catégories de produits cosmétiques, est un label privé.

Au niveau des règles de composition, l'Écolabel européen s'intéresse particulièrement à la façon dont va se comporter le produit une fois rejeté dans l'environnement, et se focalise fortement sur deux critères : la biodégradabilité globale de la formule et sa toxicité.

De son côté, COSMOS met davantage l'accent sur l'origine des matières premières, la grande majorité des ingrédients acceptés devant être d'origine naturelle, travaillés selon les principes de chimie verte et issus de ressources renouvelables.

Les deux référentiels vont de pair avec des règles d'étiquetage supplémentaires à respecter, des mentions spécifiques, des logos à apposer sur les produits et des contraintes liées au conditionnement et au packaging.

Pas de certification sans contrôle : les deux référentiels prévoient des audits réguliers.

Deux différences notables relevées toutefois par Céline Ramier :

- l'Écolabel européen exige des tests d'aptitude à l'emploi sur les caractéristiques principales, mais aussi secondaires, du produit : l'idée est qu'il doit être au moins aussi efficace qu'un produit de référence, de façon à ne pas gaspiller inutilement les ressources nécessaires à sa fabrication ;
- le dépôt du dossier auprès de l'organisme certificateur : il ne peut être soumis à l'AFNOR (pour l'Écolabel européen en France) qu'une fois la totalité des éléments réunis et qu'il est vraiment complet, alors que pour COSMOS, les éléments qui le constituent peuvent être déposés de façon individuelle et progressive auprès d'Ecocert via la plateforme Green Portal.

Le choix des ingrédients

Au moment de choisir les ingrédients qui vont entrer dans la formule, chacun des deux labels met des outils à disposition des industriels.

Les outils de l'Écolabel

Pour l'Écolabel européen, c'est la DID-List (pour Detergents Ingredients Database). Elle s'articule en deux parties.

La partie A regroupe les ingrédients par catégories, avec pour chacun les valeurs de toxicité aquatique et de biodégradabilité définies par la Commission européenne à utiliser.

Si l'ingrédient ne figure pas dans cette partie A, il faut effectuer des calculs pour déterminer le CDV (Critical Dilution Volume), selon la formule fournie dans la partie B. Pour ce faire, il faut disposer de la fiche de données de sécurité de la matière première, ainsi que des données écotoxicologiques de toutes les substances qui la composent, ce qui n'est pas forcément toujours simple.

À noter que les fiches de données de sécurité des matières premières sont de toutes façons indispensables, de façon à vérifier l'absence des phrases H interdites (ou restreintes), notamment celles liées à l'environnement, comme les H350 ou H400...

D'autres phrases H sont également interdites, mais cette fois pour les substances considérées comme nocives pour la santé. Cela concerne par exemple les CMR, mais aussi les substances classées H317 du fait de leur potentiel sensibilisant.

Enfin, certains critères de l'Écolabel impliquent de demander des attestations aux fournisseurs de matières premières, pour certifier de l'absence de substances interdites, comme le BHT, l'EDTA ou encore les SVHC.

Les outils de COSMOS

Du côté de COSMOS, l'outil principal pour aider au choix des ingrédients est une base de données en ligne, qui répertorie les matières premières approuvées pour l'utilisation dans les produits certifiés. Attention : on parle bien ici de matières premières (et non d'ingrédients au sens premier du terme) dont les fournisseurs ont fait le choix de demander l'approbation.

D'autres matières premières que celles listées dans cette base de données peuvent être acceptées, notamment si elles sont certifiées biologiques (hydrolats, huiles végétales...) ou en demandant à leur fournisseur de remplir le questionnaire "Matière première" : dans ce cas, le fournisseur n'aura pas à assumer les frais d'une approbation, mais l'ingrédient en question ne sera utilisable que dans le produit pour lequel le questionnaire a été rempli.

Conseils

"Pour le choix des ingrédients, mon conseil est de bien anticiper ces démarches", a commenté Céline ramier. "D'abord, parce qu'on n'est pas à l'abri qu'un ingrédient ne 'passe' pas, par exemple à cause d'un solvant d'origine pétrochimique au moment de l'extraction. Et puis parce qu'il est toujours possible qu'un fournisseur refuse d'accomplir les démarches pour faire certifier sa matière première. Dans les deux cas, mieux vaut le savoir dès le début et pas qu'on a déjà fait la moitié de la R&D..."

Autre précaution utile : avoir, dans la mesure du possible, plusieurs sources d'approvisionnement validées pour une même matière première, de façon de contourner les éventuelles ruptures, ou dans le cas de l'Écolabel, sous peine de voir varier le taux de matière active d'un tensioactif, ce qui éventuellement peut amener à dépasser les seuils autorisés.

La formule et les seuils

Pour l'Écolabel européen, il est essentiel de considérer la formule dans sa globalité au regard de son respect de l'environnement. Ainsi, des ingrédients peu biodégradables peuvent être utilisés, mais en très petite quantité, ou doivent être "compensés" par d'autres ingrédients au meilleur profil.

Là encore, le formulateur n'est pas seul face à sa paillasse, puisque la Commission européenne met à sa disposition gratuitement un tableur Excel, qui permet de vérifier :

- le VCD (Volume Critique de Dilution), représentatif de la toxicité aquatique,
- la biodégradabilité, aérobie et anaérobie, avec des seuils à ne pas dépasser.

Pour COSMOS, un outil de calcul en ligne permet de vérifier, en fonction des matières premières qui entrent dans la formule et de leur pourcentage :

- si la formule est conforme soit au critère Organic, soit au critère Natural,
- si le pourcentage de greffons pétrochimiques ne dépasse pas les 2 % autorisés,
- quel est le pourcentage d'ingrédients d'origine naturelle et d'ingrédients biologiques à faire figurer sur l'étiquette.

Le choix des conditionnements

L'Écolabel a, en la matière, des critères assez précis, au nombre de quatre :

- le PIR (Packaging Impact Ratio), qui doit maintenant être inférieur à 0,20 g de packaging / gramme de produit ;
- la R (quantité Résiduelle restant dans le packaging après utilisation), qui doit maintenant être inférieure à 5 % pour les produits à rincer, et à 10 % pour les produits sans rinçage ;
- l'aptitude au dosage, qui assure que le produit peut être dosé facilement et ne pas inciter au gaspillage ;
- l'aptitude au recyclage du packaging, avec certains matériaux et combinaisons de matériaux interdits.

Le référentiel COSMOS s'intéresse aussi aux conditionnements :

- il établit une liste positive de matériaux autorisés,
- il encourage également les bonnes pratiques qui peuvent être mises en place (réduction de la quantité de matériau, utilisation de matériaux recyclés...), mais en laissant beaucoup plus d'initiative à l'industriel,
- il instaure toutefois une démarche d'amélioration continue, avec une révision a minima tous les trois ans.

Le management environnemental

Les deux certifications ne s'occupent pas que des produits et des packagings, ils œuvrent aussi, notamment au travers de leurs audits, à ce que l'entreprise ait une démarche globale traduite dans un plan de management environnemental. Cela comprend de multiples facteurs, comme la gestion des déchets et des rejets, la consommation d'eau et d'énergie, les pollutions éventuellement générées...

Autant d'aspects qui, s'ils ne font pas partie formellement des critères de l'Écolabel, sont toutefois pris en compte et sont bien des obligations dans le référentiel COSMOS.

Les audits

“Ce n'est pas forcément la partie la plus drôle”, a reconnu Céline Ramier. “On se dit rarement : chouette, la semaine prochaine, je suis en audit ! Mais c'est néanmoins une démarche positive”.

Outre le plan de management environnemental, l'auditeur va contrôler le système de management de la qualité : respect des BPF, procédures mises en place, enregistrements, système de traçabilité, stockage, gestion des flux, risques de contaminations croisées, etc.

Et bien sûr, il vérifie la conformité des produits aux critères du référentiel, ainsi que l'exactitude des éléments fournis par l'industriel dans son dossier de demande de certification : fournisseur des matières premières, étiquettes, etc...

Un audit est ainsi prévu au moins une fois par an avec, pour l'Écolabel, une possibilité de passer à une fois tous les deux ans si les premiers audits se passent bien.

Les tarifs

Pour l'Écolabel, l'AFNOR pratique une tarification en fonction de la taille de l'entreprise. À titre d'exemple, pour une demande d'admission ou de renouvellement d'un premier produit, il en coûte 350 € pour les TPE, 600 € pour les PME et 1360 € pour les autres entreprises.

La visite d'établissement est facturée sur la base d'une journée et demie : 1440 € pour la journée d'audit, 720 € pour la demi-journée de préparation et de rédaction du rapport.

À cela s'ajoute une redevance annuelle : 375 € pour le TPE, 800 € pour les PME, 1600 € pour les autres entreprises.

Pour COSMOS, Ecocert facture à la prestation. Le forfait de la validation documentaire d'un nouveau produit s'élève à 40 €/produit (distribution), 60 €/produit (fabrication), 100 €/produit (fabrication et distribution).

L'audit est facturé 190 €/h, l'étude des rapports d'audit et l'émission des certificats de certification 80 €/h, auxquels s'ajoute un coût forfaitaire d'accompagnement (maîtrise des non-conformités, avancée des développements de projets...) calculé en fonction du nombre de produits et du chiffre d'affaires de l'entreprise.

La redevance d'enregistrement et de licence COSMOS sont toutes deux de 4 €/produit fini.

Retours d'expérience

Pour conclure, Céline Ramier a dressé les avantages et les inconvénients des deux certifications qu'elle a pu constater dans son entreprise.

Dans les deux cas, il est nécessaire d'anticiper et de réfléchir conjointement à la validation du trio : formule + packaging + étiquette, les trois piliers de l'obtention de la certification. Il faut aussi prendre en compte les éventuels prestataires (fabricant, conditionneur...) qui devront être enregistrés auprès des organismes certificateurs et audités.

Les “plus/moins” de l'Écolabel

Ses avantages

- Comme son nom l'indique, il est reconnu au niveau européen, ce qui est un avantage pour ces marchés à l'export.
- Il se prête facilement à la certification de “produits-fils”, par exemple en MDD, au travers d'une “demande de maintien” qui consiste à soumettre seulement les éléments différents (notamment l'étiquette), une démarche qui ne prend qu'environ un mois et demi et qui est peu coûteuse.
- Le référentiel autorise les matières premières d'origine synthétique, aux prix souvent plus abordables que ceux des ingrédients d'origine naturelle.
- La démarche de labellisation peut être accompagnée par des aides de l'ADEME, ou par des aides dans le cadre de du plan France Relance pour 2021 et 2022.

L'Écolabel donne la possibilité d'utiliser un logo dit optionnel, qui prévoit des allégations prédéfinies, encadrées par la formule : “Meilleur pour l'environnement, meilleur pour vous”, un atout indéniable dans le contexte actuel de restrictions des allégations environnementales. La loi AGEC, notamment, interdit la mention “Respectueux de l'environnement” ou toute autre mention équivalente à partir du 1er janvier 2022. L'Écolabel découlant d'un Règlement européen, qui prime sur les droits nationaux, cette mention pourra ainsi continuer de figurer sur les étiquettes. Petit bémol, toutefois, puisque les **nouveaux critères publiés le 26 octobre 2021** ne font plus référence à la biodégradabilité (mention également interdite par la loi AGEC), les trois mentions définies étant :

- Exigences strictes respectées en ce qui concerne les substances nocives
- Performance testée
- Réduction des déchets d'emballage.

Ses inconvénients

- Beaucoup de paperasse ! L'Écolabel européen est aussi synonyme de lourdeur administrative.
- Des délais très longs, d'autant que le dossier n'est examiné qu'une fois qu'il est totalement complet, et qu'il est assez rare qu'il “passe” du premier coup.
- Peu de flexibilité : une simple rupture sur un flacon ou une matière première nécessite de refaire tous les calculs nécessaires, de resoumettre les dossiers, d'attendre leur validation.

Les “plus/moins” de COSMOS

Ses avantages

- C'est un référentiel qui reste assez flexible, avec des délais assez rapides.
- Les évolutions et modifications d'un produit ou la création d'un complément de gamme sont faciles à gérer, puisque tout ce qui a été déclaré initialement reste sur le Green Portal, ce qui accélère le montage du dossier.
- Les chargés de certification se montrent disponibles et assez réactifs.
- Les outils mis à disposition (Green Portal, base de données) sont assez intuitifs et pratiques.

Ses inconvénients

- Les matières premières d'origine naturelle sont souvent plus chères que les conventionnelles.
- Les distributeurs vendant à leur marque un produit déjà certifié doivent néanmoins être enregistrés, avec les coûts et les audits associés.

Avec toutes ces données, il ne reste plus qu'à déterminer lequel est fait pour vous !

COSMOS : NOUVEAU LABEL BIO EN JANVIER 2017

La signature COSMOS devient obligatoire pour tout nouveau cosmétique bio à partir du 1er janvier 2017. Ce référentiel européen, qui se concrétisera par une simple mention sur les étiquettes, implique des changements de formulation des produits et a une vocation internationale.

La **longue histoire du COSMOS-Standard** arrive donc à son terme. Initié par cinq membres fondateurs (Cosmebio, BDIH, Ecocert, ICEA, Soil Association), son objectif est d'harmoniser les différents référentiels biologiques existants.

Qu'est-ce qui change ?

Sur l'étiquette

Pas de grand changement concernant les logos : une simple mention vient se glisser sous les labels existants. Par exemple : la mention COSMOS ORGANIC sous le label Cosmébio.

Dans les formules

La mention COSMOS ORGANIC sera apposée sur les cosmétiques contenant :

- 95 à 100 % d'ingrédients naturels (comme auparavant),
- 95 à 100 % d'ingrédients bio sur les ingrédients végétaux (comme auparavant),
- un maximum de 5 % d'ingrédients approuvés dans une liste positive (comme auparavant).

En revanche, une nouveauté s'impose avec l'ajout de deux nouveaux critères dans le référentiel COSMOS qui rend la cosmétique bio plus exigeante qu'elle ne l'était :

- la teneur en ingrédients bio sur le total des ingrédients augmente, passant de 10 à 20 %,
- seuls les ingrédients biodégradables sont acceptés.

“Ne vous fiez pas à ce pourcentage global des 10 ou 20 %”, précise un communiqué de Cosmébio. “Si vous considérez que ce taux est faible, sachez que les référentiels français et le référentiel COSMOS communiquent toujours sur le total des ingrédients avec l'eau, contrairement aux autres référentiels. Par exemple, un gel douche qui afficherait 10 % d'ingrédients bio sur le total des ingrédients est un produit contenant, si on enlève l'eau car l'eau n'est pas certifiable, 95 % d'ingrédients bio (l'alimentation bio communique d'ailleurs de cette manière-là)”.

Petite mention, grandes ambitions

La mention COSMOS a pour objet d'aider les consommateurs à repérer les cosmétiques biologiques répondant aux mêmes exigences, d'un pays à l'autre. Selon Cosmébio, la portée internationale de ce référentiel laisse à penser que 85 % des cosmétiques certifiés bio dans le monde porteront un jour cette signature. Les sociétés adhérentes et/ou certifiées par les membres fondateurs représentent aujourd'hui de nombreux produits certifiés dans le monde : plus de 2 000 marques, distribuées dans plus de 50 pays, produisant plus de 45 000 produits cosmétiques.

Aujourd'hui, plus de 2 000 cosmétiques bio répondant au cahier des charges COSMOS seraient déjà disponibles en France, Italie, Allemagne, Angleterre, Australie, Corée, Turquie...

“COSMOS a donc un avenir prometteur !”, conclut Cosmébio.

NATRUE

Label créé en 2008 par l'European Natural and Organic Cosmetics Interest Grouping, un regroupement de fabricants de produits cosmétiques naturels et biologiques, parmi lesquels principalement ceux de l'association cosmétique allemande IKW (Lavera/Lavera, Logocos/Logona, Primavera, Santaverde, WALA/Dr. Hauschka, Weleda). Il est accordé à un produit après examen d'un dossier présenté par le fabricant et un audit effectué par un certificateur de l'organisation, destiné à vérifier sa conformité aux exigences du référentiel "Cosmétique naturel NaTrue".

Le référentiel NaTrue a pour premier principe que seules des matières premières naturelles, nature-identiques (issues de la synthèse, mais identiques à celles qu'on trouve à l'état naturel) et transformées d'origine naturelle, sont autorisées. Il liste également les procédés admis pour la fabrication, prévoit des teneurs minimales d'ingrédients d'origine naturelle et maximales de substances transformées dans les produits finis, et définit des critères concernant les emballages qui doivent être limités au maximum, recyclables et conçus, dans la mesure du possible, pour une utilisation multiple.

Par substance naturelle, il entend les substances d'origine botanique, minérale inorganique ou animale (à l'exclusion d'animaux vertébrés morts) ou résultant de mélanges ou réactions entre elles de ces mêmes substances, toutes exclusivement issues de matières premières renouvelables. Seules les fragrances naturelles et les huiles essentielles sont autorisées. Les agents tensioactifs utilisés doivent être intégralement biodégradables.

Pour la conservation, six molécules synthétiques "nature-identiques" sont admises : les acides benzoïque, formique, propionique, salicylique et sorbique, ainsi que l'alcool benzylique.

Pour la transformation, des réactions chimiques sont autorisées : l'hydrolyse (y compris la saponification), la neutralisation, la condensation avec élimination d'eau, l'estérification, la transestérification, l'hydrogénation, la glycosidation, la phosphorylation, la sulfatation, l'acylation, l'amidation et l'oxydation (avec oxygène, ozone et peroxydes). Les traitements par ionisation ou le recours à la chimie du chlore sont interdits.

Un logo à trois niveaux

Trois niveaux d'exigences sont prévus :

• **Cosmétique Naturel**

Le produit doit satisfaire à toutes les exigences générales définies par le référentiel et respecter les teneurs minimales en substances naturelles et maximales en substances transformées d'origine naturelle, définies pour chaque catégorie de cosmétique.

• **Cosmétique Naturel en partie Bio**

En plus des exigences générales définies par le référentiel, le produit doit contenir au moins 15 % de substances naturelles non modifiées chimiquement et au maximum 15 % de substances transformées d'origine naturelle.

• **BioCosmétique**

En plus des exigences générales définies par le référentiel, le produit doit contenir au moins 20 % de substances naturelles non modifiées chimiquement et au maximum 15 % de substances transformées d'origine naturelle.

Sur les étiquettes, après le premier essai d'un logo différenciant ces différents niveaux à l'aide d'étoiles, c'est maintenant un seul et même logo qui figure sur les produits labellisés NaTrue, éventuellement accompagné de la mention précisant son statut :

- **Natural** pour le Cosmétique Naturel
- **With Organic** pour le Cosmétique en partie Bio
- **Organic** pour le BioCosmétique

Pour aller plus loin

- Voir le **site Internet de NaTrue**.

COSMÉBIO

Label français désignant un Cosmétique écologique et biologique, contrôlé par l'Association Professionnelle de Cosmétique Écologique et Biologique.

Association professionnelle privée créée en 2002, Cosmébio regroupe plus de 380 membres français et étrangers émanant de l'ensemble de la filière cosmétique (fournisseurs d'ingrédients, laboratoires cosmétiques, fabricants à façon, distributeurs).

Elle exige, pour attribuer son label à un produit cosmétique, que celui-ci respecte les critères et les valeurs définis dans sa Charte, **remaniée en 2011**, et basée sur trois thèmes principaux :

- le respect d'un cahier des charges technique régissant les cosmétiques écologiques et biologiques : Ecocert, Qualité France, COSMOS-Standard...
- le respect de valeurs éthiques : commerce équitable, respect de la biodiversité, responsabilité sociale...
- Le respect de la nature et le soutien à l'agriculture biologique.

Pour aller plus loin

- Voir le **site Internet de Cosmébio**.

ECOCERT ENVIRONNEMENT

Ecocert Environnement est la branche “responsable” de l’organisme de certification Ecocert.

En plus de la labellisation Cosmos-Standard pour garantir la qualité biologique d’un produit, un cosmétique peut être certifié par Ecocert sur divers aspects des engagements environnementaux, équitables et responsables, au travers de plusieurs labels :

- RSE et Développement durable : la Responsabilité Sociétale des Organisations ou des Entreprises (RSO/RSE) est certifiée selon la norme ISO 26000 ;
- Climat et GES (Gaz à effet de serre) : Ecocert y inclut le bilan carbone et les projets pour sa réduction ;
- Biodiversité : la certification Engagement Biodiversité est attribuée aux organisations qui positionnant l’enjeu biodiversité au cœur de leur stratégie et de leur modèle économique, afin de devenir plus résilientes et plus attractives ;
- Commerce équitable : le label Fair for Life prend en compte l’ensemble des opérations des filières de l’entreprise, depuis la production jusqu’à la distribution ;
- Forêts, bois et papier : Ecocert propose la certification des deux principaux standards internationaux, FSC et PEFC.



Pour aller plus loin

- Voir le **site Internet d’Ecocert Environnement**.

1 % POUR LA PLANÈTE

Logo indiquant que la marque reverse au moins 1 % de son chiffre d'affaires annuel à la protection de l'environnement. Créé en 2002, il est géré par le Club 1 % Pour La Planète, qui rassemble près de 1 500 entreprises, dans le monde entier.

“Les affaires au profit de la terre” : tel est le slogan de l'organisation américaine “1% For The Planet”. Son action consiste à mettre en relation des entreprises et des associations œuvrant en faveur de l'environnement, pour que les premières trouvent un cadre à un mécénat en faveur des secondes.

“1 % pour la Planète” ne collecte pas directement d'argent, ni n'en redistribue (chaque entreprise peut choisir son bénéficiaire sur une liste d'associations sélectionnées par l'organisation), mais elle certifie que les dons sont effectifs et fournit le logo à apposer sur l'étiquette.



Pour aller plus loin

- Voir le [site Internet de 1 % pour la Planète](#).

ETHICADVISOR

Ce logo, attribué par la société privée EthicAdvisor, a pour objectif de distinguer les produits éthiques au regard de trois dimensions : la santé, le social et la planète.

EthicAdvisor est d'abord un site Internet qui propose aux consommateurs, à partir des informations tirées des bases de données Open Food Facts et Open Beauty Facts, d'analyser leurs produits (alimentaires et cosmétiques) en fonction d'une quarantaine de critères éthiques au regard de trois dimensions :

- la santé : label bio, absence de perturbateurs endocriniens, d'aluminium ou d'huile de palme... ;
- le social : commerce équitable, dons aux ONG, priorité au Made in France... ;
- la planète : bien-être animal, formule biodégradable, focus plastique...



Le site Internet est doublé d'une application pour smartphones qui permet cette analyse par le biais du scan des produits en magasin. EthicAdvisor propose aussi à la vente les produits auxquels le logo a été attribué.

Pour aller plus loin

- Voir le **site Internet d'EthicAdvisor**.

IMPRIM'VERT

Logo indiquant que le fabricant contribue à réduire l'impact environnemental lié aux activités d'imprimerie concernant son produit.

Créée en 1998 par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Loir-et-Cher et la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Centre, Imprim'Vert est aujourd'hui gérée au niveau national par le Pôle d'Innovation de l'Imprimerie (P2i), propriétaire de la marque, qui en garantit l'harmonisation et l'accessibilité.



Imprim'Vert, qui œuvre pour la réduction des impacts environnementaux liés aux activités de l'imprimerie, accompagne les imprimeurs dans leur démarche environnementale et prend un engagement de résultat garanti par un cahier des charges national unique et par un règlement d'usage de la marque.

En cosmétique, ce sont surtout les emballages en carton qui sont concernés par cette démarche.

Pour aller plus loin

- Voir le **site Internet d' Imprim'Vert**.

FSC

Logo de la marque de la gestion forestière responsable. Il permet d'identifier les produits (papiers et cartons des emballages) à base de bois issu d'une forêt correctement gérée et certifiée selon les règles du Forest Stewardship Council.

La Marque du Forest Stewardship Council (FSC) signifie que le bois utilisé dans la fabrication du produit provient d'une forêt correctement gérée satisfaisant à des normes rigoureuses au niveau environnemental, social et économique.

La forêt d'origine a été inspectée et évaluée de façon indépendante sur la base des principes et critères de gestion forestière acceptés et approuvés par le Forest Stewardship Council.

FSC est une association internationale à but non lucratif dont les adhérents sont composés de groupes environnementaux et sociaux, d'entreprises de gestion forestière et de distributeurs de produits en bois, travaillant en partenariat pour améliorer la gestion forestière à travers le monde.



Pour aller plus loin

- Voir le **site Internet de FSC France**.

PEFC

Logo indiquant que l'emballage cartonné du produit répond aux garanties du Programme for the Endorsement of Forest Certification (ou Programme de reconnaissance des certifications forestières).

Créée en 1998 à l'initiative de propriétaires forestiers, la marque PEFC est une organisation internationale déclinée en départements nationaux, dont le but est de promouvoir des pratiques compatibles avec la protection des ressources forestières et le bien-être économique et social des populations concernées.

Pionnier de la certification forestière en France où il a été créé en 1999, PEFC France représente aujourd'hui plus de huit millions d'hectares de forêt certifiés soit près de 30 % de la surface forestière totale. PEFC France compte parmi ses adhérents 69 000 propriétaires forestiers et plus de 3000 entreprises de la filière forêt-bois (exploitants, scieries, transformateurs, constructeurs, négociants, artisans, distributeurs, papetiers, imprimeurs, éditeurs...). Ensemble ils apportent au consommateur la garantie qu'un produit portant la marque PEFC s'inscrit dans une démarche responsable de gestion durable de la forêt.



La présence du logo PEFC sur un produit en bois ou à base de bois, tels que les emballages cosmétiques, garantit le respect d'une gestion durable de la forêt et de la ressource bois tout au long chaîne de fabrication, depuis la forêt jusqu'au produit fini.

Pour en savoir plus

- Voir le [**site Internet du PEFC-France**](#).

L'UEBT LANCE SON LABEL DE CERTIFICATION

Bien que l'industrie cosmétique se porte bien, on ne peut pas nier le climat de défiance auquel elle doit faire face. Les consommateurs attendent d'elle une certaine transparence et de l'éthique. C'est donc dans cette perspective que l'UEBT a créé son label de certification, gage d'un approvisionnement en matières premières éthique et respectueux.

Aujourd'hui, beaucoup d'entreprises agro-alimentaires, pharmaceutiques et cosmétiques utilisent des ingrédients naturels dans leurs produits. Selon l'UEBT, il est indispensable de mettre en place des méthodes de sourcing durables pour garantir la pérennité de ces ressources.

C'est dans ce contexte qu'est né le label UEBT. L'organisme entend délivrer une feuille de route aux entreprises qui le souhaitent pour les aider à mettre en place un système d'approvisionnement éthique.

“La certification du système d'approvisionnement éthique confirme qu'une entreprise a incorporé les pratiques d'Ethical BioTrade dans ses systèmes d'approvisionnement et d'innovation d'ingrédients naturels”, indique l'UEBT.



À quoi s'engagent les entreprises ?

Bien évidemment, les marques doivent respecter certaines règles pour avoir le droit d'apposer le logo du certificat UEBT.

En tout premier lieu, elles doivent être claires quant au champ d'application du label. Pas question de communiquer sur l'ensemble de l'activité si la certification ne concerne qu'une gamme de produits.

Bien sûr, les entreprises adoptent des engagements liés à l'approvisionnement éthique pour les personnes et la biodiversité, en cherchant des impacts positifs.

La transparence est au cœur des considérations de l'UEBT, ainsi, les sociétés doivent faire connaître les ingrédients et les actions qu'elles mènent en vue de la certification.

Elles assurent également la traçabilité tout au long de la chaîne afin que les ingrédients naturels puissent être retracés jusqu'à la zone d'approvisionnement. Des niveaux différents de traçabilité sont demandés pour les chaînes d'approvisionnement de dérivés naturels, prioritaires et non-privilegiés.

Enfin, dans un souci de suivi et d'évaluation, elles sont priées de collecter des données telles que les volumes d'ingrédients naturels, le nombre de personnes impliquées dans la récolte ou la collecte ou encore la taille des zones agricoles ou sauvages.

Comment être labellisé ?

Pour obtenir l'attestation, il faut passer par plusieurs étapes :

- être membre de l'UEBT,
- développer et mettre en place un système d'approvisionnement éthique,
- demander un audit externe par un organisme certificateur de l'UEBT pour vérifier si le système d'approvisionnement éthique fonctionne correctement,
- obtenir une recommandation de l'organisme de certification concernant la conformité aux points de contrôle critiques de la liste de certification,
- recevoir une certification de l'UEBT. Les marques certifiées peuvent ensuite utiliser l'étiquette du label.

Pour le moment, seules Weleda et Natura se sont vues attribuer la certification UEBT. Toutefois, le logo à la tête de lion ne devrait pas trop tarder à s'afficher sur les packagings de toutes les marques soucieuses de soigner leur image auprès des consommateurs. L'engagement environnemental des

acheteurs s'intensifie de plus en plus. En plus d'être soucieux de l'état de la planète, ils veulent également avoir l'assurance que les produits qu'ils utilisent sont sains et respectueux de la nature, à bon entendeur !

ERI 360° : UN LABEL POUR LES INGRÉDIENTS ÉCO-RESPONSABLES

L'industrie de l'extraction a amorcé ces dernières années une "révolution verte", en opérant une mutation technologique vers l'éco-extraction, qui ne peut être complète qu'en incluant la responsabilité sociétale des entreprises. C'est à partir de ce constat que le Label ERI 360°, pour Eco Responsible Ingredient, voit le jour.

Défini par l'association France Éco Extraction avec le concours du Pôle de compétitivité PASS (Parfums Arômes Senteurs Saveurs) et de 13 sociétés françaises de l'aromatique et de la cosmétique, le Label ERI 360° permet aux entreprises une évaluation à 360° de la chaîne de production des ingrédients issus du vivant et la valorisation de leurs pratiques. Outil à la fois de pilotage et de mesure de la performance interne aux entreprises (labellisation), il offre aussi la possibilité d'obtenir une certification via un audit externe.



Gattefossé s'est engagé avec les autres membres du consortium dans la définition de ce référentiel. *"Pourquoi avoir décidé de participer ? Avant tout parce que les objectifs du consortium correspondaient entièrement à notre démarche R&D et nos aspirations de progrès d'avenir. Le Label ERI 360° a été créé dans une vraie synergie proactive avec les autres partenaires et nous sommes personnellement fiers de ce référentiel fiable et robuste qui repose sur une évaluation transverse"*, explique Sandrine Lopis-Presle, Ingénieur R&D en charge du sourcing chez Gattefossé.

Évaluation et approche transverse

Le label ERI 360° fournit une grille d'analyse basée sur 100 indicateurs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Reconnus et Transparents) et des critères capables de définir le niveau d'éco-responsabilité d'un ingrédient. Il repose sur une évaluation transverse, pour mesurer la traçabilité de la filière sur trois domaines d'intervention principaux : une évaluation de la matière première, des bioprocédés et des procédés.

La labellisation se fait par l'intermédiaire d'une application électronique présentée sur une plateforme web, accompagnée d'un didacticiel permettant de réaliser l'évaluation.

Il existe trois niveaux de labellisation (or, argent, bronze) qui résultent du niveau de réussite obtenu lors de l'évaluation. L'évaluation permet d'identifier des axes d'optimisation et s'accompagne de préconisations dans une volonté d'amélioration continue pour la production d'ingrédients responsables.

Labellisation et certification ERI 360°

La labellisation ERI 360° est exclusivement destinée aux fournisseurs d'ingrédients des filières aromatiques, cosmétiques et agro-alimentaires engagés pour rationaliser et limiter leurs impacts sociétaux et environnementaux dans une perspective d'amélioration continue.

Les entreprises peuvent ainsi faire une demande de labellisation et de certification auprès de l'association France Eco Extraction ou du Pôle PASS. La mise en place de la labellisation peut se faire individuellement, par extrait évalué et/ou famille d'extraits, ou participer d'une volonté d'utiliser l'outil de pilotage pour un portefeuille d'ingrédients. Les tarifs sont adaptés en fonction.

Pour aller plus loin

- Voir [la plaquette de présentation du label ERI 360°](#) et les tarifs sur le site Internet du Pôle PASS.

LA CERTIFICATION VEGAN POUR LA FILIÈRE COSMÉTIQUE

Le veganisme a le vent en poupe, et la seule promesse de l'absence de tests sur les animaux est un critère d'achat essentiel pour de plus en plus de consommateurs. Mais la certification Vegan va bien au-delà de cette allégation. Le 26 octobre 2021, lors du Sustainable Cosmetic Summit, Ericka Durgahee, responsable du marketing à la Vegan Society, a présenté les intérêts du label "Vegan" et les critères à respecter pour l'obtenir.

Fondée en 1944, la Vegan Society est la plus ancienne association œuvrant à promouvoir le veganisme auprès du grand public, des entreprises et des décideurs politiques. C'est elle qui a créé le terme "Vegan", et elle définit le veganisme comme le mode de vie qui exclut, dans la mesure du possible mais autant que possible, toutes les formes de cruautés et d'exploitation des animaux, que ce soit pour se nourrir, se vêtir ou pour toute autre raison.

Le veganisme à la conquête du monde

L'image extrémiste des débuts a peu à peu cédé la place à la perception plus responsable d'un mode de vie respectueux non seulement des animaux, mais aussi des autres, de la planète et de ses ressources, et le mouvement a pris de l'ampleur : la Vegan Society estime que d'ici 2025, un quart des Britanniques seront vegans et près de la moitié flexitariens.

Chaque année, en janvier, l'association organise un "mois vegan", le Vaganuary. À l'occasion de l'édition 2020, plus de 580 000 personnes, de 209 nationalités différentes, ont pris l'engagement d'être veganes durant les 31 jours de l'opération. Selon une enquête de la Vegan Society en février et mars, 40 % d'entre elles ont décidé de le rester suite à ce mois d'essai.

Le Vaganuary 2021 a également vu le lancement de 825 nouveaux produits vegans et a comptabilisé plus de 170 millions de vues de son #Vaganuary sur TikTok.

Autre chiffre montrant la popularité croissante de ce mouvement : le nombre de recherches du terme "beauté vegane" sur Google double chaque année depuis 2012.

Parmi les pays les plus en pointe et où on compte le plus de Vegans, le Royaume-Uni, l'Australie, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande, les États-Unis, le Canada, la Norvège, la Suisse...

Le label Vegan

La Vegan Society a lancé la marque "Vegan" en 1990, pour, en quelque sorte, remplir le vide juridique autour de ce mot qu'aucune définition officielle ne venait encadrer, et combattre ce qu'on pourrait appeler le "veganwashing".

Le but était de proposer un cadre fiable et contrôlé pour éviter les allégations mensongères et orienter les consommateurs vers des produits ne contenant aucun ingrédient d'origine animale et n'ayant pas été testés sur les animaux.

Aujourd'hui, près de 56 000 produits (dont 24 000 cosmétiques) sont certifiés Vegan par la Vegan Society dans le monde entier. Le label peut être accordé à un produit fini ou à une matière première, mais ne concerne actuellement pas les packagings.

"Toutes les industries sont concernées", a précisé Ericka Durgahee, "dès lors qu'on peut vérifier toute la chaîne d'approvisionnement".

Et le label inspire confiance. Une enquête menée en 2000 révélait que 77 % de l'ensemble des consommateurs estimaient "important" que la vérification du caractère vegan d'un produit soit effectuée par une tierce partie. Un chiffre qui montait à 89 % pour les Vegans.

Les critères

Pour la Vegan Society, le mot “animal” désigne l’ensemble du règne animal, c’est-à-dire tous les vertébrés et tous les invertébrés multicellulaires. Le terme peut désigner une espèce ou un individu, et être utilisé comme nom ou adjectif, selon le cas.

Pour obtenir le label, il faut remplir principalement trois conditions.

1. Pas d’ingrédients d’origine animale

La fabrication et/ou le développement du produit, et de ses ingrédients, ne doivent pas impliquer ou avoir impliqué l’utilisation d’un produit, d’un sous-produit ou d’un dérivé d’origine animale.

2. Pas de tests sur animaux

Le développement et/ou la fabrication du produit et de ses ingrédients ne doit pas impliquer ou avoir impliqué des tests de quelque nature que ce soit sur des animaux, effectués à l’initiative de l’entreprise ou en son nom, ou par des parties sur lesquelles l’entreprise exerce un contrôle effectif.

Et à ceux qui objecteraient que ce point n’est pas différenciant puisque les expérimentations animales sont interdites en Europe pour les produits cosmétiques, Ericka Durgahee répond qu’il *‘‘existe encore en Europe des processus qui exigent des tests sur animaux’’. L’interdiction éditée par la Vegan Society est, elle, absolue.

Et cela exclut de fait les produits (ou les gammes de produits) qui seraient également commercialisés en Chine.

3. Pas d’OGM d’origine animale

Le développement et/ou la production d’OGM ne doit pas avoir impliqué de gènes animaux ou de substances dérivées d’animaux.

L’association demande de plus à minimiser tout risque de contamination croisée, notamment par le biais des lignes de production des produits.

La certification

La Vegan Society ne pratique que peu d’audits sur site. Ses vérifications s’effectuent principalement sur dossier. L’association demande aux entreprises des déclarations de conformité aux critères du label tant des fabricants que de leurs fournisseurs.

Les bénéfices tirés des coûts liés à la certification sont utilisés pour financer les campagnes de sensibilisation du grand public et de lobbying auprès des décideurs politiques.

Pour aller plus loin

- Voir le [site Internet de la Vegan Society](#).

CRADLE TO CRADLE : LE PROCHAIN LABEL INDISPENSABLE ?

L'heure est au naturel, au respect de la santé et de l'environnement, à la préservation de nos ressources, aux produits et aux entreprises responsables... La tendance touche tous les secteurs, et la cosmétique ne fait pas exception. Lors de la conférence U'Cosmetics 2018 consacrée à l'up-cycling, Christine Guinebretière, du bureau parisien de l'EPEA (Environmental Protection Encouragement Agency), est venue présenter la certification Cradle to Cradle. Le nouveau standard à adopter ?

L'EPEA est une "agence d'économie circulaire à impact positif" de dimension internationale, créatrice de la certification Cradle to Cradle. La notion de Cradle to Cradle (du berceau au berceau) a été conceptualisée par Michael Braungart, docteur en chimie qui a d'abord travaillé pour l'association Greenpeace, et l'éco-architecte William McDonough.



Les principes du Cradle to Cradle

"Le principe est que l'espèce humaine n'est pas séparée de la nature, et peut l'imiter", a expliqué Christine Guinebretière. "Quand les arbres fruitiers perdent leurs fleurs et que celles-ci tombent sur le sol, personne n'imagine que ces fleurs sont des déchets. Elles font partie de l'écosystème de l'arbre fruitier, du cycle qui le maintient en vie et productif. Le principe du Cradle to Cradle est de créer nos produits, de les concevoir pour qu'ils rentrent dans de tels cycles, de façon à ne jamais devenir ou générer des déchets. Et c'est tout à fait possible".

Dans ce concept, économie circulaire et up-cycling sont indissociables, et sont intimement liés à la notion d'impact positif.

Pour l'intervenante, le développement durable consiste surtout actuellement à diminuer les impacts négatifs de notre production de marchandises. Le Cradle to Cradle, à l'inverse, suppose de mobiliser toutes les compétences pour chercher à générer les impacts les plus positifs possibles sur la santé et sur l'environnement. C'est tout le but de l'écoconception. Et on ne parle pas là simplement d'évaluer son empreinte carbone !

Les deux boucles vertueuses

Le Cradle to Cradle suppose d'abord de s'intéresser au choix des substances qui vont être utilisées dans le produit et dans son packaging, de façon à ce qu'ils fonctionnent en boucles fermées, qui peuvent être de deux natures.

• La boucle biologique

Tous les éléments qui entrent dans la composition d'un produit doivent être compostés ou biodégradés en fin d'usage. Les cosmétiques entrent systématiquement dans cette boucle, ce qui implique qu'ils ne doivent contenir aucun ingrédient ni aucune substance qui pourrait avoir un potentiel nocif pour la santé ou pour l'environnement.

Le Cradle to Cradle considère aussi que toutes les matières naturelles doivent pouvoir retourner à la terre et améliorer sa qualité.

• La boucle technique

Elle concerne davantage les packagings, quand ils ne sont pas composés de matériaux compostables ou biodégradables. C'est le cas de nombreux plastiques. Cette boucle est conçue pour ces matériaux puissent être recyclés à l'infini.

"Quand on pense recyclage, on pratique en fait du sous-cyclage", a indiqué Christine Guinebretière.

“Après usage, un produit devient un déchet, il est recyclé et a une valeur moindre... Le Cradle to Cradle privilégie l’up-cycling, qui signifie sur-cyclage : le produit conserve sa valeur première ou même prend une nouvelle valeur à chaque fois que la boucle est bouclée”.

Des exemples inspirants

L’idée est qu’une fois qu’un produit fini est arrivé chez un consommateur, celui-ci détient la matière première de la prochaine production de l’entreprise.

Et l’intervenante de citer une veste en polyester, qu’on peut, quand elle est usagée, retransformer en granulés de polyester, pour, en y ajoutant du polyester supplémentaire issu de bouteilles recyclées, fabriquer une nouvelle veste toute neuve...

“Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme”... reste la base.

Et pour illustrer l’impact positif, autre notion primordiale du Cradle to Cradle, Christine Guinebrière a évoqué les créateurs de cette moquette qui, non contente de n’émettre aucun composé organique volatile durant toute son cycle de vie et de pouvoir être up-cyclée indéfiniment, ont imaginé une boucle supplémentaire capable de capter et retenir toutes les matières et poussières en suspension dans l’air. Résultat : l’air ambiant est huit fois plus propre dans une classe avec cette moquette que quand elle est équipée d’un sol dur ! Et voilà comment une marque de moquette se met à vendre la purification de l’air intérieur et la lutte contre les allergies !

La certification Cradle to Cradle

La certification prend en compte plusieurs points, qu’il faut prendre en considération dès la phase de conception du produit. Elle est attribuée selon un barème qui va de Basique à Platine (le niveau le plus abouti), en passant par Bronze, Argent et Or...

À noter que la certification est attribuée à un produit et non à une marque ou même une gamme.

Cinq critères sont évalués, individuellement les uns des autres, et la certification finale est définie par le niveau du critère le moins performant.

Les cinq critères

• Les matériaux

Les certificateurs prennent en compte la liste exhaustive de toutes les substances présentes dans le produit (y compris les additifs), avec les numéros CAS de chacune, pour vérifier leur absence de toxicité et de dangerosité.

Sont également pris en compte, pour les formules cosmétiques, les interactions entre les différentes substances, ainsi que leurs éventuelles transformations lorsqu’elles sont chauffées et/ou refroidies, lorsqu’elles arrivent au contact de la peau et après leur fin de vie...

• La réutilisation

C’est la capacité à la recyclabilité et à l’introduction de recyclé dans le produit (particulièrement pour les packagings). Mais attention : cela suppose de connaître parfaitement la nature du recyclé introduit pour en déduire, par exemple, les interactions entre un packaging et une formule, ou pour s’assurer que la partie recyclée a été prévue pour pouvoir être mise en contact avec la peau... La conception d’un packaging est également étudiée pour vérifier qu’il a été conçu pour être up-cyclé...

Pour ce qui des matières naturelles, un ratio est effectué entre le temps d’utilisation et celui qui est nécessaire à sa production. On se doute qu’il ne sera pas bon si on utilise en 10 secondes un extrait de plante qui met 10 ans à pousser...

• **L'énergie**

C'est l'importance de l'utilisation d'énergies renouvelables pour la fabrication ou l'assemblage du produit qui est étudiée. Cela concerne d'abord l'industriel lui-même, mais plus le niveau de la certification monte, plus l'ensemble des fournisseurs est également pris en compte (niveau1, puis niveau2, etc.).

• **L'eau**

Pour les certificateurs, on voit trop souvent des industriels fabriquer des produits sans connaître la totalité des substances qui entre dans le processus de production, mais dont les coproduits ou l'eau du nettoyage des machines repartent directement dans les eaux usées, sans que les éventuels risques pour la santé et l'environnement soient pris en compte. L'idée de l'EPEA est d'inciter à aller de plus en plus vers des boucles fermées, où les eaux sont récupérées sur le site de production, traitées et réutilisées en interne.

• **La dimension sociale**

Il s'agit là d'évaluer ce qui est mis en place pour le bien-être des collaborateurs, des parties prenantes situées autour des usines, etc. Selon l'intervenante, c'est aussi le critère qui pose le moins de problèmes aux grandes marques et aux industriels européens, qui "*sont très bons sur ce point-là*".

La nouvelle norme ?

"Aujourd'hui, 9000 produits sont déjà certifiés Cradle to Cradle, et les demandes de nouvelles certifications ne cessent d'affluer", a affirmé Christine Guinebretière.

Le mouvement, qui a commencé par le bâtiment, a ensuite gagné le secteur de la mode et est en train de toucher la cosmétique.

Et la représentante de l'EPEA n'y voit que des intérêts : *"De plus en plus d'industriels sont intéressés à construire des écosystèmes positifs qui ont un impact sur la santé et l'environnement. Ce moteur d'innovation permet aussi de renouveler le dialogue avec les consommateurs sur le thème : plus vous allez acheter mes produits, plus on va avoir un impact positif tous ensemble. Le marketing devient pionnier et réellement différenciant. Et la démarche est aussi un très puissant facteur de fédération des équipes en interne"*.

Quelque chose comme un nouveau tournant à ne pas rater ?

Pour aller plus loin

- Voir **le site Internet de l'EPEA Paris**.

Les attentes des consommateurs

Crise climatique oblige, les consommateurs ont à cœur de participer à l'effort collectif.

Ils veulent changer leur mode de vie.

Ils sont soucieux de la provenance des produits qu'ils achètent, veulent être sûrs que les cosmétiques qu'ils utilisent n'ont pas d'impact négatif sur la nature.

Mais pour eux, la durabilité est un concept transversal qui va au delà du sourcing des matières premières.

Aujourd'hui, les consommateurs ont besoin d'en savoir plus sur les "coulisses". Pour eux, il est important que toutes les parties prenantes de la chaîne de valeur soient bien traitées et justement rémunérées.

Ils sont également de plus en plus sensibles à la question du suremballage. Ils ont conscience de la pollution générée par leurs déchets et sont de plus en plus ouverts à de nouvelles alternatives packagings, pourvu qu'elles soient durables !

15E BAROMÈTRE ADEME-GREENFLEX : QUAND RESPONSABLE RIME AVEC DÉSIRABLE

Cette étude réalisée par l'ADEME et Greenflex donne des informations sur les habitudes de consommation des Français. En ces temps troublés, les citoyens ont à cœur de participer à l'effort collectif en changeant leurs habitudes d'achat. Mais l'enquête met en avant la nécessité de rendre ce "consommer mieux" attractif, accessible et désirable.

L'étude a été conduite du 27 au 31 mai 2022. 2033 Français (âgés de 18 ans et plus) ont été interrogés.

Une véritable envie de changer...

Les Français remettent en question leur manière de consommer. Pour 71 % d'entre eux, le lien entre ce qu'ils achètent et l'état de la planète est évident.

76 % des Français se mobilisent en faveur de la consommation responsable.

Les panélistes indiquent :

- faire leur choix en fonction de l'origine du produit (67 %),
- éviter les ingrédients controversés (71 %),
- privilégier les produits qui rémunèrent de manière juste les producteurs et agriculteurs (54 %).

... bloquée par certains obstacles

"Malgré une prise de conscience générale et une progression constante du comportement des citoyens, les freins à cette mue sociétale restent bien réels", commente Greenflex.

Parmi ces barrières, on retrouve :

- le prix (65 %),
- le manque de choix (45 %),
- l'impression que consommer mieux ne sert rien (40 %),
- le refus de renoncer à ses petits plaisirs (30 %),
- le sentiment que les produits durables sont de moins bonne facture (21 %),
- la difficulté à lutter contre la publicité (20 %),
- la sensation de ne pas savoir par où commencer (20 %).

Les prix

Le coût de la vie est un facteur majeur pour les consommateurs. Mais pas seulement, ils se montrent également critiques face à l'offre actuelle. Ils sont 48 % à demander de renforcer la disponibilité des produits et services responsables.

La confiance

Les Français sont également sceptiques face à la communication des marques.

Ils sont 84 % à avoir besoin de preuves pour croire aux engagements des industriels. *"Il faut que les discours soient sincères et cohérents, pour renforcer une confiance envers les grandes entreprises qui reste à un niveau très fragile".* De fait, seuls 30 % des Français indiquent adhérer aux prises de parole aux professionnels des différentes filières.

Le plaisir

Les Français ne veulent pas renoncer à ce qui leur fait du bien. Mais la transformation peut inciter à consommer autrement tout en gardant ses repères et ses plaisirs. 79 % des sondés déclarent attendre des marques des produits équivalents à ceux qu'ils apprécient (mais plus responsables).

Pour autant, certains modes de consommation sont une source de joie. 81 % des Français aiment se procurer des biens de qualité qui pourront durer longtemps. *“Et lorsque l’on parle de réduire ses achats, la satisfaction et la fierté sont les sentiments qui prédominent”*, ajoute Greenflex.

L’effet de groupe

Certains Français confient avoir peur du changement par crainte du regard des autres.

Ainsi, la publicité apparaît comme un vecteur de diffusion des standards de société en représentant des alternatives plus responsables. Les industriels ont un rôle à jouer pour accompagner le changement des comportements.

“Les Français attendent des entreprises qu’elles les aident concrètement à faire les bons choix en matière de consommation responsable : via leur offre de produits et services, mais également en apportant des preuves de leur engagement”, conclut Greenflex. *“Aussi, le ‘consommer moins et mieux’ ne s’ancrera dans les habitudes que s’il est désirable et qu’il ne rime pas avec austérité et privation. Enfin, la force du collectif peut être déterminante pour faire bouger les lignes : il revient aux marques de contribuer à définir une nouvelle norme sociale qui sera motrice du changement, à condition toutefois d’être accessible à chacun”*.

CONSOMMATION RESPONSABLE : OÙ EN SONT LES FRANÇAIS ?

Le climat actuel pousse le grand public à revoir son mode de vie. Dans un dossier récent, l'ADEME a croisé les résultats de plusieurs de ses baromètres afin de mesurer l'état d'esprit des Français concernant leur manière de consommer. Selon l'agence, beaucoup de personnes souhaitent modifier leurs habitudes, mais des freins persistent encore.

L'urgence environnementale est dans la tête de tous. Aujourd'hui, 81 % des Français sont persuadés que l'humain est responsable des désastres causés à la nature.

“Les Français sont 51 % à déclarer avoir subi les conséquences de désordres climatiques (contre 27 % en 2015). Le réchauffement de la planète est désormais une réalité tangible pour beaucoup”, ajoute L'ADEME.

Les consommateurs sont pessimistes. 72 % d'entre eux pensent que les conditions de vie tendent à devenir de plus en plus pénibles.

Plus de minimalisme

À l'heure où le pouvoir d'achat est mis à mal, *“83 % des Français voudraient vivre dans un monde où la consommation prend moins de place et 87 % estiment que plutôt que d'innover à tout prix, il faudrait revenir à l'essentiel et au bon sens”,* explique l'ADEME. *“La consommation exacerbe les injonctions contradictoires dans lesquelles évoluent les Français. La publicité, les offres promotionnelles, la mode, les évolutions technologiques les poussent à renouveler rapidement leurs biens. 20 % des répondants déclarent avoir du mal à résister aux incitations commerciales”.*

La difficulté d'être “durable”

Le dossier de l'ADEME met également en exergue la volonté de certains concitoyens à se procurer des produits dont le profil environnemental est meilleur, mais qui sont freinés par leurs prix. 65 % des Français déclarent qu'acheter des choses saines est trop coûteux.

Et les industriels dans tout cela ? 68 % des Français estiment que l'offre proposée par les marques n'aide pas à s'inscrire dans un mode de vie durable et 79 % attendent que les professionnels conçoivent des produits de bonne qualité et plus respectueux de la nature.

“Les Français expriment le besoin de changements structurels au niveau des modèles de fabrication et de consommation. Tout ne peut reposer sur la responsabilité individuelle”, explique l'ADEME. *“Ainsi, pour les Français, l'enjeu est de s'engager dans une démarche de long terme, partagée collectivement”.*

Source

• **Les Français aspirent à changer de modèle de société mais sont pris dans des injonctions contradictoires**, ADEME, janvier 2023

ÉCO-CONSOMMATEUR, QUI ES-TU ?

Depuis quatre ans, l'agence Kantar WorldPanel surveille un groupe de citoyens classé dans la catégorie des Éco-actifs. Ils sont sensibles aux enjeux environnementaux, font attention à ce qu'ils achètent. L'agence vient de publier son nouveau rapport qui décrypte les habitudes d'achat de ces personnes.

Pour réaliser cette enquête, Kantar WorldPanel a étudié le comportement de 99 000 répondants provenant de 24 pays.

La durabilité à l'heure de la crise

“Il est évident que les difficultés économiques rendent plus compliquée l'adoption de comportements responsables. En effet, 45 % des personnes interrogées trouvent plus dur d'agir de manière durable ces derniers temps en raison de contraintes sociales ou financières”, explique Kantar WorldPanel. *“Lorsque le budget est en jeu, les remises, le volume sur le prix et les alternatives moins chères deviennent des priorités et prennent le pas sur les caractéristiques de responsabilité ou l'emballage d'un produit”.*

Une cible engagée

D'après Kantar WorldPanel, les Éco-actifs sont pleins de bonnes intentions. *“62 % des interrogés essaient de prendre des emballages écologiques et 38 % souhaitent en faire plus. Il existe de nombreuses opportunités pour les marques pour répondre à ces attentes et donc fidéliser cette clientèle”.*

Habitudes de consommation

En plus de choisir avec attention leurs denrées alimentaires (44 %), les Éco-consos sont également vigilants en termes de cosmétiques. Plus d'un tiers de l'échantillon acquiert des produits de soin “clean”. Cette affirmation se révèle être particulièrement juste pour les panellistes français et chinois. Si les sondés préfèrent les versions naturelles, c'est parce qu'ils pensent observer un véritable bénéfice sur leur santé et limiter leur impact environnemental.

“Pour encourager les citoyens à se tourner vers des options durables, les marques doivent investir pour rendre ces choix plus accessibles”, conseille Kantar WorldPanel. *“Par exemple, en Grande-Bretagne, 49 % des personnes prennent occasionnellement des recharges, ce qui signifie qu'il existe un désir important parmi les acheteurs d'essayer une alternative plus responsable. Mais ceux qui utilisent fréquemment des recharges ne représentent que 18 % de la population, car il est difficile de trouver un détaillant qui propose ce mode de distribution”.*

Dans un contexte géopolitique, économique et sanitaire troublé, la durabilité peut sembler passer au second plan, d'après l'agence. Mais il n'en est rien. *“Même si nous observons que le nombre d'Éco-consos a diminué avec le temps, les enjeux environnementaux sont toujours aussi importants. Il appartient donc aux marques d'accompagner le grand public et de lui offrir la possibilité de consommer mieux. Les professionnels ne doivent plus marginaliser leurs alternatives durables, mais bien les imposer comme des produits courants”.*

LES CONSOMMATEURS CROIENT-ILS À L'ENGAGEMENT DURABLE DES MARQUES ?

À l'heure où les alertes sur l'état de la planète se multiplient, les industriels s'engagent (presque) tous en faveur de l'environnement... et ne manquent pas de le faire savoir au grand public. Mais les consommateurs sont-ils sensibles à ces actions et font-ils confiance aux marques sur la sensible question de la responsabilité écologique ? YouGov, institut de sondages en ligne, a mené l'enquête.

Cette étude a été réalisée de 19 755 adultes vivant dans 18 pays (Grande-Bretagne, Allemagne, France, Italie, Danemark, Suède, Espagne, Pologne, États-Unis, Mexique, Émirats Arabes Unis, Inde, Australie, Chine, Indonésie, Hong Kong, Singapour, Canada).

De manière générale, les citoyens de ce monde essaient de faire attention à ce qu'ils achètent. Ils sont 44 % à confier préférer des entreprises au profil durable lorsqu'il s'agit d'acquérir un bien de consommation (tous secteurs confondus).

Mais il existe une vraie défiance à l'égard des industriels. 60 % des répondants (au global) indiquent être sceptiques et ne pas croire les marques lorsqu'elles disent être responsables.

Les plus méfiants sont les Britanniques (71 %), les Espagnols (69 %) et les Français (66 %).

“À l'exception de l'Australie (63 %), tous les marchés de la région APAC sont moins sceptiques à ce sujet que la moyenne mondiale (Chine, 57 % ; Singapour, 56 % ; Inde, 54 %). Hong Kong enregistre le taux le plus faible (43 %), suivi par l'Indonésie (51 %)”, analyse YouGov.

Un problème de taille

Est-ce que les grosses structures ont une mauvaise réputation ? Il semblerait que oui puisque les sondés expliquent être plus susceptibles de faire confiance aux petites marques qu'aux grandes.

Aujourd'hui, la dimension durable d'un industriel est un véritable enjeu d'attraction des consommateurs. Et pour déconstruire la méfiance, la majorité des cabinets de conseils et de prospectives s'accordent à dire qu'il est important de communiquer avec transparence, de ne pas chercher à être parfait, de mettre en place (sur les packs) une signalétique claire et identifiable.

Après tout, la confiance n'est pas automatique, mais elle se travaille.

QUE PENSENT LES CONSOMMATEURS DE LA BIODIVERSITÉ ?

Depuis 2009, l'UEBT a fait de la sauvegarde de la nature son combat. Et tous les ans, l'organisation réalise un baromètre auprès d'un panel de plusieurs dizaines de milliers de personnes (à travers le monde entier) afin de mesurer leur sensibilité au concept de biodiversité. L'édition 2022 de cette étude a été rendue publique lors de la tenue du congrès de l'UEBT le 19 octobre, à Grasse.

L'enquête a été conduite du 12 au 19 août 2022. Les interrogés (hommes et femmes français, allemands, anglais, brésiliens, américains et chinois) ont répondu via un questionnaire autoadministré.

Premiers enseignements

Pour les sondés, la préservation de la biodiversité (63 %) est la deuxième priorité après la lutte contre le réchauffement climatique (68 %).

Pour une majorité d'entre eux (86 %), l'inaction des entreprises à ce niveau-là est problématique. Ils estiment que les industriels ont une obligation morale de veiller à avoir un impact positif sur la biodiversité et sur les populations.

Quelles actions prendre ?

Pour les consommateurs, le rôle des marques dans la sauvegarde de la nature est capital. Selon eux, les industriels devraient :

- participer à des projets de reforestation (89 %),
- réduire ou bannir les déchets plastiques (88 %),
- utiliser (ou concevoir) des emballages recyclables à 100 % ou biodégradables (87 %),
- payer plus justement les communautés locales (87 %),
- protéger les abeilles (87 %).

Sainte transparence

Aujourd'hui, le grand public veut connaître la chaîne de valeur du soin final qu'il achète.

Les répondants souhaitent avoir des informations sur :

- l'impact du produit sur la biodiversité (54 %),
- l'origine des ingrédients (52 %),
- les rémunérations des différents acteurs de la chaîne (43 %).

Les entreprises les plus vertueuses

L'UEBT a cherché à savoir quelles marques cosmétiques étaient le mieux perçues par les consommateurs du point de vue du respect de la biodiversité.

Les résultats diffèrent en fonction du pays. On retrouve (dans l'ordre) :

- Yves Rocher, L'Oréal et Nivea pour la France,
- Nivea, Alnatura et Weleda pour l'Allemagne,
- The Body Shop, Lush et Nivea pour le Royaume-Uni,
- Burt's Bee, L'Oréal et Dove pour les États-Unis,
- Natura, O'boticario et Avon pour le Brésil,
- L'Oréal, Lancôme, Mengniu pour la Chine.

La biodiversité en Chine

Pour la première fois, l'UEBT a intégré un panel chinois à son baromètre. Il s'avère que ce sont ces personnes qui ont les attentes les plus élevées en matière de sauvegarde de la biodiversité. 95 % d'entre eux estiment que les industriels ont une obligation morale vis-à-vis du respect de la planète. Ils sont également plus de 90 % à souhaiter voir apparaître l'origine des ingrédients sur le packaging d'un produit ainsi que sur Internet.

“Les consommateurs sont devenus plus conscients et plus exigeants”, conclut l'UEBT. “La préservation de la biodiversité et des personnes figure en tête des priorités des citoyens. Les entreprises sont plus nombreuses à prendre position, mais les attentes sont élevées et ne sont pas encore satisfaites. Il y a donc urgence à agir et les marques doivent en profiter pour faire entendre leur voix et leur engagement”.

LA DURABILITÉ : UNE PRIORITÉ POUR LES CONSOMMATEURS

Mintel, agence de prospectives, vient de publier l'édition 2022 de son Baromètre de la Durabilité. Le cabinet a sondé un panel de consommateurs à travers le monde entier afin de savoir à quel point la question environnementale est importante pour eux. Et les premiers résultats de ce rapport dressent le portrait d'un citoyen plus informé et plus militant que jamais.

Selon les chiffres de Mintel, le réchauffement climatique (46 %), la qualité de l'air (35 %) et la pollution plastique (33 %) sont les trois principales préoccupations du grand public.

Malgré l'inquiétude, les citoyens du monde entier pensent qu'il est encore temps d'agir.

62 % des Brésiliens, 55 % des Canadiens, 45 % des Américains, 62 % des Chinois, 50 % des Français et 45 % des Allemands estiment que tout n'est pas perdu.

À noter que tous ces résultats sont en baisse comparés à l'édition 2021 du Baromètre de la Durabilité.

Cet optimisme (mesuré) donne aux consommateurs l'envie de s'engager. Ainsi, 56 % des Brésiliens, 67 % des Canadiens, 49 % des Américains, 55 % des Chinois, 51 % des Français et 59 % des Allemands croient que leurs actions peuvent avoir un impact positif sur la planète.

De nouveaux gestes

Pour enrayer la crise environnementale, les citoyens du monde entier se sont mis à :

- trier leurs emballages (59 %),
- planifier leurs repas pour éviter le gaspillage alimentaire (53 %),
- acheter moins de vêtements neufs (50 %),
- limiter leur consommation de viande (27 %),
- préférer des produits certifiés moins nocifs pour la planète (25 %),
- choisir des biens labellisés "équitable" (20 %).

Des valeurs à géométrie variable

"La disparité entre les intentions déclarées et le comportement réel est fréquente dans le domaine de la durabilité", explique Mintel. "Les consommateurs aiment être perçus comme étant sains, réfléchis et informés. La conclusion est qu'ils sont extrêmement soucieux de leur image et de leur réputation, et qu'ils souhaitent se présenter comme 'bons' et être vus comme tels".

Par exemple, 82 % des sondés indiquent ne pas vouloir impacter négativement la planète, mais seuls 59 % trient leurs déchets. *"Finalement, ils ne sont pas différents des marques qui essaient de redorer leur blason. Faire en sorte que les gens se sentent bien doit être un objectif marketing pour les industriels".*

Facteurs de conversion

Aujourd'hui, il est important pour une marque de faire adhérer sa communauté à ses valeurs et ses combats.

Selon Mintel, certaines mentions et explications pourraient participer à convaincre un client de préférer un produit à un autre. *"Indiquer l'impact direct d'un achat (pour un soin acheté, un arbre planté, par exemple), avoir recours à un index de notation ou encore apposer des logos clairs et identifiables sont autant d'éléments qui contribuent à rassurer le consommateur. Encore une fois, en ces temps troublés, la transparence sera l'alliée des industriels".*

DURABILITÉ EN COSMÉTIQUE : LES CONSOMMATEURS EN VEULENT PLUS

Le profil environnemental des cosmétiques est passé au crible par le grand public. Il ne veut plus seulement des produits bons pour eux, mais également pour la planète. Cependant, le discours des industriels sur leurs engagements écoresponsables n'est pas toujours convaincant aux yeux des consommateurs. Comment donc réengager sa clientèle et l'embarquer dans son univers de marque ? C'est à ces questions que Samantha Dover, Global Beauty Analyst chez Mintel, a répondu à l'occasion de l'in-cosmetics Formulation Summit (organisé à Londres les 25 et 26 octobre 2022).

Soucieux de l'état de la planète, les citoyens sont prêts à changer leurs routines.

80 % des Britanniques pensent avoir une responsabilité quant à la préservation de l'environnement. 67 % des Allemands ont acheté au moins un soin "durable" depuis janvier 2022 et 58 % des Espagnols ont réduit leur utilisation de produits de beauté à usage unique.

"Cependant, bien qu'une proportion importante de consommateurs aspire à rendre ses habitudes plus écologiques, cela n'est pas une priorité pour la majorité", commente Samantha Dover.

Parmi les freins à transitionner vers une cosmétique plus "durable", on retrouve le scepticisme et la confusion.

De fait, 62 % des Italiens pensent que la beauté écoresponsable est un argument marketing et 60 % des Français ne savent pas comment adopter une routine vertueuse.

Valoriser l'écoresponsabilité autrement

"Les Européens confient ressentir une certaine satisfaction à utiliser des soins respectueux de la planète". Les consommateurs ont une sensibilité à géométrie variable. Toutes les allégations responsables ne résonnent pas de la même manière à leurs oreilles.

Les plus populaires (depuis ces cinq dernières années) sont liés au bien-être animal, à la conception de packagings vertueux, à la préservation des ressources et au bannissement de certains ingrédients (les microplastiques, par exemple) dans les formules.

Cependant, cela ne suffit plus à convaincre le grand public, *"il faut aller plus loin",* martèle l'experte. *"L'écoresponsabilité est désormais un acquis et plus un élément différenciant. Elle doit venir en second plan. Les citoyens veulent des produits contenant des actifs efficaces, dont le parfum tient et qui sont faciles d'utilisation".*

En ces temps d'inflation, le prix est également un facteur clé dans la décision d'achat.

Réengager le consommateur

"Il faut passer de la notion d'écologie à celle de responsabilité. Bien qu'un nombre croissant de marques de soins vantent leur caractère respectueux de la nature, la chose la plus durable qu'un consommateur puisse faire est d'acheter moins en tout état de cause".

D'ailleurs, 45 % des Français déclarent que l'impact de leurs produits de beauté sur la planète les incite à en utiliser moins.

"L'écoresponsabilité n'est plus un argument de vente à lui seul. Tout en restant très importante, elle passe désormais au second plan quand il s'agit de valoriser un cosmétique", conclut Samantha Dover. *"Pour continuer de séduire le grand public, il est nécessaire de travailler sur l'usage, inventer de nouveaux concepts, proposer des gestuelles inédites".*

La durabilité devient donc un acquis et la désirabilité, un objectif à atteindre.

L'ÈRE DE LA BEAUTÉ "CONSCIENTE" À L'HORIZON 2023

D'après Fashion Snoops, agence de prospectives, la filière cosmétique sera placée sous le signe de la conscience et de la responsabilité pour l'année 2023. Au programme, toujours plus de durabilité, des ingrédients naturels, des packagings écoconçus et une véritable réflexion autour de la gestion des déchets.

"Il y a un retour aux produits bruts, naturels et artisanaux, mettant en valeur des matériaux de base comme la pierre, le lin et l'argile", introduit Fashion Snoops.

De nouveaux besoins

D'après le cabinet de prospectives, les attentes du grand public évoluent.

Parmi ces attentes, on retrouve :

- l'envie de vivre des expériences authentiques et sans intermédiaire,
- la volonté de renouer avec des produits faits à la main et d'honorer le temps (et les compétences) du fabricant,
- l'intérêt pour des matériaux bruts qui permettent de se reconnecter à la nature,
- la quête du minimalisme,
- l'aspiration à mener une vie plus calme et intuitive,
- le désir de consommer mieux (pour soi et pour le salut de la planète).

Application à la filière de la beauté

Concrètement, ces codes de consommation donnent vie à de nouvelles tendances cosmétiques.

Ode à la nature

Il y a un besoin de se connecter aux éléments de la Terre, grâce à des produits uniques et des matériaux naturels qui rendent hommage à la beauté de la planète.

Artisanat

"Alors que le mouvement 'slow living' continue de prendre de l'ampleur, nous voyons les produits artisanaux gagner en popularité. Les consommateurs choisissent de soutenir des marques de patrimoine qui honorent des processus anciens", explique Fashion Snoops.

Écoresponsabilité

La crise climatique continue de stimuler le besoin d'initiatives écologiques et durables. Ainsi, de plus en plus de marques cosmétiques investissent le segment des soins anhydres, réutilisables ou dont les ingrédients sont sourcés de manière éthique.

Moins de déchets

De plus en plus, les industriels évaluent de bout en bout le cycle de vie du produit. L'objectif étant de générer le moins de déchets à la fin. Une initiative qui trouvera écho chez les consommateurs désireux de réduire leur empreinte environnementale.

LA VAGUE DE LA COSMÉTIQUE SANS EAU

Selon une récente étude du cabinet d'études de marché Future Market Insights (FMI), les ventes mondiales de cosmétiques sans eau devraient croître à un taux de croissance annuel moyen de plus de 13,3 % au cours de la période 2021-2031. L'étude suit les ventes de cosmétiques sans eau dans plus de 20 pays, offrant une analyse précise de la façon dont la tendance de croissance va se développer.

L'industrie cosmétique met de plus en plus l'accent sur la durabilité. De plus en plus de consommateurs choisissent d'acheter des produits moins "jetables" et souhaitent que les entreprises rendent leurs produits plus durables. L'évolution du comportement des consommateurs a poussé les entreprises cosmétiques à se tourner sur la beauté sans eau, le recyclage, la neutralité carbone et les emballages réutilisables ou rechargeables.

Du choix de l'emballage aux produits plus respectueux de l'environnement, l'industrie cosmétique s'oriente vers des alternatives plus vertes et plus naturelles. La formulation sans eau restera une option réaliste, pour les entreprises, afin de promouvoir la protection de l'environnement. Unilever, L'Oréal et Procter & Gamble, par exemple, se sont engagés à réduire leur empreinte hydrique dans les années à venir, à des degrés divers. Lorsque les grandes marques s'engagent à adopter des pratiques plus durables, les clients sont conquis.

En termes de type de produit, les soins de la peau représentent plus de 37 % des ventes sur le marché. Cette catégorie couvre une gamme de produits sans eau qui comprend des crèmes, des lotions, des sérums, des nettoyants et autres. L'importance croissante des cosmétiques naturels et biologiques devrait stimuler les ventes de cosmétiques sans eau dans les années à venir.

Les points clé de l'étude de FMI

- La demande croissante de produits de beauté durables a permis au marché des cosmétiques sans eau d'atteindre une valeur de 8,9 milliards de dollars en 2021.
- Outre une forte sensibilisation, la volonté de choisir des formules de beauté durables stimulera les ventes de cosmétiques sans eau aux États-Unis, qui devraient représenter près de 80 % du marché nord-américain.
- L'augmentation de la demande de soins de la peau biologiques a permis au marché britannique d'afficher une croissance annuelle de 5,3 % en 2021, après une période d'accalmie en 2020.
- La demande de cosmétiques sans cruauté, végétaliens et biologiques va stimuler les ventes de cosmétiques sans eau en Inde.
- L'expansion du secteur de la beauté au Japon et en Corée du Sud stimulera les ventes en Asie de l'Est.

L'impact de la COVID-19 sur le marché

Avant la pandémie de COVID-19, la demande de cosmétiques sans eau connaissait un taux de croissance modéré au niveau mondial. Après la pandémie, les principaux marchés mondiaux ont été confrontés à un double impact. La vente au détail en magasin étant un canal de distribution majeur dans l'industrie de la beauté, les fermetures de magasins dans diverses régions ont eu un effet significatif sur la croissance des produits de beauté, y compris les cosmétiques sans eau.

La demande de produits de soins de la peau respectueux de l'environnement a augmenté à la suite de la pandémie, avec l'obligation de rester à la maison et des consignes de sécurité émises dans le monde entier. En outre, la pénurie de travailleurs dans le secteur, la baisse de la consommation, le coût élevé de la production et la pénurie de matières premières, entre autres facteurs, ont entravé le marché des cosmétiques sans eau.

Les leaders sur ce marché

Les principaux acteurs présents sur le marché des cosmétiques sans eau sont Unilever Plc, The Waterless Beauty Company, L'Oréal SA, Kao Corporation, The Procter & Gamble Company, Loli, Clensta,

Ruby's Organics, Taiki USA, Ktein, Niconi, True Botanicals, Allies Group Pte. Ltd, Lavedo Cosmetics, May Coop, No Cosmetics, Azafran Innovacio006E et Carter + Jane, entre autres. Les acteurs du secteur ont commencé à proposer des remises sur les marques de cosmétiques afin d'inciter les utilisateurs finaux à adopter les cosmétiques sans eau les plus récents.

Ces informations sont basées sur **le rapport de Future Market Insights sur le marché des cosmétiques sans eau.**

"CLEAN BEAUTY" : ÉTAT DU MARCHÉ AUX ÉTATS-UNIS

À l'heure où les consommateurs sont de plus en plus soucieux du sort de la planète, la cosmétique "aux formules propres" continue de séduire. Le cabinet de conseils Kline vient de publier une série de rapports concernant l'état de ce segment de la cosmétique dans différentes zones du monde. Le premier concerne les États-Unis.

"La clean beauty se porte bien aux États-Unis. Elle a enregistré une croissance de plus de 10 % en 2021", explique Kline. "Les déodorants clean, plus particulièrement, ont vu leurs ventes augmenter de 32 % en 2021".

D'ailleurs, certaines marques se saisissent de cette opportunité. C'est le cas de Kosas, acteur positionné sur le maquillage, qui a étendu son offre aux déodorants et aux produits pour le corps.

Le règne du développement durable

La crise climatique et la pression des consommateurs poussent les marques à montrer patte verte.

"La majorité des acteurs de la filière prennent position en faveur de l'environnement. Ren Clean Skincare, Caudalie, Biossance, Herbivore, Youth to the People, Weleda, Aveda et tant d'autres ont apporté leur pierre à l'édifice en soutenant des projets de développement ou en revoyant leurs process internes afin de les rendre plus durables".

Les jeunes pousses vertes

Les nouvelles marques qui arrivent sur le marché américain ont tout compris.

C'est le cas de Lys Beauty qui propose du maquillage inclusif et aux formules propres. On peut également citer Bubble, qui combine ingrédients naturels et synthétiques jugés sûrs par sa "liste d'interdictions".

"Aux États-Unis, la durabilité va continuer de rester un sujet clé. Si les initiatives en matière d'emballage restent les plus répandues, certaines entreprises clés telles que L'Oréal et Unilever se sont engagées à réduire leur consommation d'énergie et/ou d'eau, entre autres initiatives environnementales, d'ici 2025", commente Kline. "Les allégations 'clean' et 'green' continueront de croître et de plus en plus de marques voudront se positionner sur ce segment. La concurrence sera donc rude et il faudra redoubler d'efforts pour taper dans l'œil du consommateur".

ÉTAT DES LIEUX DU MARCHÉ DU VRAC EN EUROPE

La distribution en vrac se démocratise de plus en plus. L'institut de sondages YouGov a cherché à savoir dans quels pays d'Europe ce système est le plus développé et quelles sont les nouvelles habitudes de consommation du grand public. Pour cela, l'agence a questionné plus de 3000 personnes (en France, en Espagne et en Italie).

Les interviews ont été effectuées entre le 23 et le 28 août 2022. Tous les répondants ont été interrogés en ligne.

De manière générale, la consommation en vrac (tous types de produits) est plus ancrée chez les Espagnols et les Italiens. Les achats de cosmétiques en vrac concernent 10 % des Italiens, 9 % des Espagnols et 7 % des Français.

Les chiffres révélés par YouGov montrent que la beauté est l'un des secteurs où le vrac balbutie encore un peu.

Motivation et freins

Renoncer à la distribution conventionnelle est un véritable choix. *“La volonté de réduire les emballages est nettement en tête en France (57 %) et en Espagne (49 %), tandis que les Italiens mettent l'accent sur le gaspillage évité (47 %)”,* commente Yougov. *“En revanche, pour les Français qui n'ont jamais acheté de produits en vrac, le principal obstacle est d'ordre pratique (35 %) alors que les Espagnols (58 %) et les Italiens (48 %) font face à une offre limitée”.*

À noter que la crainte du manque d'hygiène est évoquée par une partie des interrogés.

Fréquence d'achat

48 % des Italiens, 43 % des Espagnols et 41 % des Français sont des acheteurs réguliers de produits en vrac.

Pour faire leurs courses, les Français se rendent aussi bien en GMS, en magasins bio ou en boutiques spécialisées. Tandis que les Italiens et les Espagnols favorisent les marchés locaux et les épiceries dédiées à ce type de distribution.

“Le vrac est plus traditionnel en Espagne et en Italie : près de la moitié des répondants l'a adopté depuis plus de 5 ans. En France, ce mode de consommation est plus récent : 66 % en achètent depuis moins de 5 ans”, analyse YouGov. *“Une majorité d'Espagnols (61 %) et d'Italiens (56 %) affirme être prêts à se rendre dans un magasin plus éloigné s'ils peuvent trouver en vrac les produits qu'ils choisissent habituellement emballés, contre 37 % des Français”.*

Focus France

YouGov a cherché à mieux comprendre le comportement des Français. Les chiffres révèlent qu'en France, les citoyens :

- préfèrent les marques durables (74 %),
- aiment les sociétés prêtes à s'impliquer sur des problématiques sociales (55 %),
- pensent que les grandes entreprises essaient d'améliorer leur impact environnemental (54 %),
- font en sorte de n'effectuer des achats qu'auprès d'acteurs responsables sur le plan environnemental et social (45 %).

Bien que la vente en vrac soit encore un peu à la traîne en France (comparé à l'Espagne et l'Italie), le panel observé par YouGov veut consommer responsable. Et cette tendance passe par les engagements des industriels et des distributeurs.

LA COSMÉTIQUE RECHARGEABLE SÉDUIT LES BRITANNIQUES

Selon The NPD Group, les ventes de produits de beauté de prestige rechargeables ont augmenté de 47 % au Royaume-Uni entre janvier et fin juillet 2022. Évalué à 34 millions de livres au cours de cette période de sept mois, ce marché a enregistré de meilleurs résultats que l'intégralité du segment de la cosmétique prestige.

Bien que l'offre de parfum rechargeable soit encore un peu faible par rapport à d'autres catégories, elle représente 5 % des ventes de "refill".

D'après The NPD, l'augmentation des ventes de ce type de produits montre bien que c'est un courant fort de la parfumerie. D'ailleurs, de grandes marques comme Viktor & Rolf, Diesel et Prada viennent de franchir le cap de la recharge avec leurs nouveautés.

Le maquillage est la catégorie qui affiche le meilleur score avec 30 % des ventes.

Un peu plus de la moitié de ces résultats peuvent être attribué au rouge à lèvres. Suivent le blush et les ombres à paupières.

"Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la cause environnementale. Et les ventes de produits de beauté de prestige rechargeables ont augmenté en conséquence. Bien que l'achat de ce genre de soins devienne courant, il reste encore beaucoup de chemin à parcourir. Ce que nous voyons ici marque vraiment le début de l'histoire de la beauté rechargeable, car seul un petit pourcentage des produits de maquillage vendus sont actuellement rechargeables. La situation est similaire pour les soins de la peau et les produits capillaires", commente Emma Fishwick, Account Manager, NPD UK Beauty.

LA PERCEPTION DES EMBALLAGES PAR LES FRANÇAIS

Le but d'un packaging est de protéger un bien de consommation (cosmétique, aliment...). Mais est-ce que les Français sont d'accord avec cette affirmation ? Pour le savoir, All4Pack, organisateur du salon éponyme, a demandé à l'institut de sondages IFOP de conduire une étude auprès d'un panel représentatif de la population française.

Cette enquête a été réalisée d'un échantillon de 1003 individus âgés de 18 ans et plus. Elle a été menée entre le 13 et le 15 mai 2020. Parmi les interrogés, on retrouve 52 % de femmes et 48 % d'hommes.

Premiers enseignements

Six Français sur dix considèrent l'emballage extrêmement ou très utile. Les seniors âgés de 65 ans et plus sont plus nombreux à partager cette opinion (66 %).

Les emballages ont un rôle primordial pour la sécurité des produits et donc des consommateurs. Les Français semblent clairement en avoir conscience. *“Cependant, ce sentiment se confronte à une volonté sociétale forte et pérenne de changement dans la conception et l'utilisation des contenants pour mieux répondre aux enjeux et défis environnementaux”*, analyse l'IFOP.

Ainsi, avant le début de la crise sanitaire, huit Français sur dix privilégiaient des produits moins emballés.

Au plus fort de la pandémie, 40 % du panel a recommencé à préférer des objets bien protégés. Il s'agit notamment des Millenials et des habitants de grandes agglomérations.

Aujourd'hui, une personne sur deux continue de réduire sa consommation d'emballages.

La responsabilité des professionnels

En termes de durabilité, les panélistes estiment que les industriels ne font pas assez d'efforts (61 %). 39 % d'entre eux pensent que les marques font “certainement” ou “probablement” de leur mieux pour imaginer des solutions plus respectueuses de la planète.

“Si les résultats montrent clairement que les Français pensent que les entreprises ne font pas suffisamment d'efforts dans la conception d'emballages écoresponsables, on n'observe pas de ‘note sanction’ de la part des consommateurs”, commente l'IFOP. *“La majorité des sondés se positionnent dans le ‘probablement’ positif ou négatif, ce qui met en avant un manque de certitude dans ce domaine sûrement lié à une absence de connaissance sur les actions menées par les industriels”.*

RECYCLABILITÉ D'UN EMBALLAGE : 1ER CRITÈRE ENVIRONNEMENTAL POUR LES CONSOMMATEURS

Alors que les consommateurs sont de plus en plus exigeants vis-à-vis de l'impact environnemental des produits qu'ils achètent, Citeo s'est associé à Action Plus, spécialiste des études consommateurs, pour analyser leur perception des emballages en 2021. Depuis 2018, cette étude permet de constater l'évolution de la perception et des attentes des consommateurs. Ces données permettent aux entreprises et industriels d'identifier les leviers à activer pour réduire l'impact environnemental des emballages et mieux s'adapter aux attentes des consommateurs.

Recyclabilité : un critère en forte progression

88 % des consommateurs sont satisfaits des emballages qu'ils achètent. Parmi les caractéristiques attendues d'un emballage, la recyclabilité se place en 3e position, juste derrière la simplicité d'ouverture et d'utilisation, et gagne ainsi un rang et 5 points de plus par rapport à 2020. Cette très forte progression démontre la transformation en cours des comportements au profit de pratiques plus responsables.

La perception d'un emballage qui aurait un moindre impact environnemental provient, pour 71 % des consommateurs, de son caractère recyclable, quel que soit le produit acheté. Un chiffre en augmentation constante depuis 2018, qui témoigne d'une importance croissante de ce critère dans le regard porté par les consommateurs sur les emballages. A contrario, leur perception négative d'un emballage, d'un point de vue environnemental, provient largement de la présence de plastique dans sa composition, selon 65 % des consommateurs.

Au-delà de la perception, les efforts d'écoconception des industriels sont de plus en plus remarquables. Selon l'étude, 40 % des consommateurs ont en effet le sentiment que les emballages ont évolué dans le sens d'une prise en considération de l'environnement. C'est 16 points de plus qu'en 2020.

De fortes attentes vis-à-vis de la recyclabilité et de la réduction des emballages...

Concrètement, la recyclabilité continue d'être largement attendue par les consommateurs : ils sont 44 % à souhaiter voir plus de produits aux emballages recyclables dans les rayons, en augmentation de 6 points vs 2020. Les attentes autour de la réduction des emballages se renforcent nettement, le sujet est une préoccupation majeure des consommateurs. Ils souhaitent voir disparaître le suremballage (37 %, +11 points vs 2020) et moins de plastique (37 %), ils plébiscitent également davantage d'emballages réutilisables (17 %). La suppression et l'optimisation des emballages sont les actions les plus évidentes à mettre en œuvre pour réduire leurs impacts environnementaux et répondre à la fois à cette attente des consommateurs, et à une obligation réglementaire grandissante.

Dans les magasins spécialisés, les consommateurs expriment par ailleurs des attentes plus spécifiques : ils plébiscitent notamment des recharges dans les enseignes beauté, et davantage de vente en vrac dans les enseignes bricolage et les magasins Bio.

Si leur mode de vie (télétravail, vie urbaine, etc.) n'a pas d'impact sur la perception environnementale des emballages, l'âge influe fortement sur leurs attentes pour le futur : les moins de 25 ans plébiscitent les emballages réutilisables, alors que les 26-35 ans souhaitent plus de vrac et les plus de 60 ans la disparition du suremballage.

... et des Français qui comptent sur les industriels et les marques pour y parvenir

74 % estiment que c'est avant tout aux fabricants, aux industriels et aux marques d'agir sur la réduction des emballages utilisés dans les produits de consommation courante. La prise de conscience environnementale des consommateurs est une réalité, leurs attentes en matière de recyclabilité, de réduction mais aussi d'information sont en constante augmentation. Cependant, le consommateur n'est pas un expert des emballages, il existe encore un décalage entre la réalité et la perception des consommateurs sur les actions d'éco-conception engagées, qui ne sont pas toujours visibles. Ils attendent des entreprises de faire preuve de pédagogie et de communiquer le plus honnêtement possible pour l'aider à faire un choix en conscience.

Méthodologie de l'étude Shopper 2021 : 27 catégories de produits étudiées, issues de différents marchés de la grande consommation et 2 300 consommateurs interrogés en rayon, immédiatement après achat (échantillon représentatif de la population française). Étude réalisée dans les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) : hypermarchés, supermarchés, Proxi, Spécialistes Bio et dans les magasins spécialisés en beauté et en bricolage, avec couverture des principales enseignes de distribution sur toute la France. Terrain du 8 novembre au 1er décembre 2021. Reconstitution des grands thèmes de l'étude Shopper 2020 et évolution calculée à périmètre constant.

PACKAGINGS : QUELLES SONT LES TENDANCES À VENIR ?

Le cabinet de prospectives Mintel vient de publier un rapport sur les courants qui risquent de bousculer l'industrie du pack. Et c'est sur un fond de durabilité, de transparence et d'écoresponsabilité que les contours de ces changements se dessinent.

À l'heure où les enjeux climatiques sont de plus en plus importants, les consommateurs veulent adopter un mode de vie plus responsable. *“C'est la raison pour laquelle les marques devraient se servir des packagings pour mettre en évidence des mesures compréhensibles de l'impact environnemental du produit et de l'emballage”*, explique Mintel. En effet, les citoyens font des choix plus éclairés. 65 % des Canadiens estiment que leurs décisions peuvent avoir un effet positif pour la planète et que les professionnels doivent les accompagner dans cette démarche.

Être pédagogue

Selon les chiffres donnés par Mintel 54 % des Chinois disent qu'un étiquetage mesurant l'impact environnemental les inciterait à acheter le produit en question et 36 % des Indiens confirment que les packs contiennent à ce jour trop peu d'informations sur la gestion des déchets. De plus, 36 % des Américains confient avoir choisi un bien de consommation au détriment d'un autre, car l'emballage était plus durable.

“Les citoyens recherchent des outils qui leur permettent de peser leur impact environnemental et de modifier leur comportement”, analyse Mintel. *“Pour beaucoup d'entre eux, comprendre le poids de leurs décisions est la première étape vers des changements positifs. Avec le temps, ils exigeront un système d'évaluation clair qui fournit des indicateurs lisibles”*.

Être honnête

Beaucoup d'industriels se sont engagés en faveur de différentes causes. Aujourd'hui, le grand public veut mesurer l'avancée de ces promesses. *“Les marques doivent trouver le moyen d'apposer sur leurs packs leurs actions responsables”*. Et présenter des preuves est important, car 55 % des Allemands pensent que les entreprises mentent sur leur impact environnemental.

“Allez au-delà des informations imprimées, communiquez votre engagement avec des emballages connectés”, reprend Mintel. *“Les consommateurs ont besoin d'en savoir plus, alors offrez-leur des espaces d'éducation dédiés”*.

Être simple

Le chemin de la durabilité peut être complexe. *“Les citoyens ont parfois des perceptions erronées sur la réduction de l'empreinte carbone du produit ou sur la recyclabilité d'un matériau. Des mentions claires avec des éléments de comparaison sont donc à privilégier”*.

Petit à petit, le packaging sort de son rôle premier qui est de protéger le bien de consommation qu'il entoure. Aujourd'hui, il devient un véritable outil de communication pour les professionnels. Plus que cela, il est même le premier vecteur de conversion d'achat puisque c'est sur lui que l'on s'attend à trouver des informations déterminantes. Il est le pont entre la marque et le grand public. Il est donc important de ne pas négliger les mentions qui y figurent.

PACKAGINGS DURABLES : LES AMÉRICAINS DISENT OUI !

Le suremballage n'a plus la cote. Une enquête a été menée par Shor, fournisseur de packagings, afin de connaître la sensibilité des Américains aux conditionnements plus écologiques. Les résultats de l'étude mettent en évidence un intérêt marqué de la part de ces consommateurs pour des solutions plus responsables.

Le sondage a été réalisé auprès d'un échantillon de 1113 Américains originaires de l'ensemble des États-Unis.

Depuis le début de la pandémie, 57 % des répondants expliquent avoir fait des efforts en ce qui concerne l'achat de produits emballés vertueusement.

“59 % des personnes interrogées déclarent avoir consciemment choisi certains produits plutôt que d'autres parce que ces derniers étaient conditionnés durablement”, commente Shor.

Mais les Américains veulent aller plus loin. 68 % seraient prêts à abandonner une marque à laquelle ils sont habituellement fidèles pour en acheter une autre au motif qu'elle propose un pack respectueux de la planète. Les convictions des panélistes l'emportent sur l'inflation. Malgré la flambée des prix, les répondants préfèrent dépenser plus du moment que le profil environnemental du bien de consommation est positif.

L'importance de la transparence

Le grand public veut savoir ce qu'il consomme et il attend des industriels de l'aide pour y voir plus clair. Les packs qui portent la mention durable trouvent un écho auprès des clients. Plus d'une personne interrogée sur trois a confié qu'elle avait évité un produit parce que l'emballage n'était pas étiqueté comme responsable.

“69 % des sondés ont déclaré qu'ils étaient plus susceptibles d'acheter un article lorsque celui-ci comporte un symbole ou un libellé évident précisant les caractéristiques du packaging”.

D'ailleurs, les Américains souhaitent avoir un impact sur les marques. C'est la raison pour laquelle ils préfèrent soutenir les acteurs engagés en faveur de l'environnement. Ils sont 42 % à estimer que les professionnels de la beauté font un bon travail en termes de sourcing de conditionnements respectueux de la nature.

Les facteurs d'achat

Avant d'acquiescer un bien de consommation, les Américains regardent si l'emballage :

- peut être recyclé (64 %),
- est fabriqué à partir de matériaux recyclés (60 %),
- est réduit (60 %),
- est biodégradable (45 %),
- est en papier (28 %).

“Au vu de ces données, il est clair que le packaging a un rôle important dans la décision d'achat”, conclut Shor. *“Les marques doivent répondre à ces enjeux et aller dans le sens des attentes du grand public”.*

RECYCLAGE DU PLASTIQUE : QUELLE EST L'ATTITUDE DES AMÉRICAINS ?

La pollution plastique est l'une des problématiques majeures à laquelle l'industrie de la beauté doit répondre. The Body Shop a ainsi souhaité connaître le degré de sensibilité de ses consommateurs à cette cause. La marque a donc interrogé un panel d'Américains.

The Body Shop a conduit cette enquête auprès de 2400 Américains en octobre 2021.

Premiers enseignements

L'étude révèle que les produits de beauté les plus jetés par mois sont :

- les rasoirs (384,899,983 unités),
- les flacons de shampoing (369,092,688),
- les flacons de déodorant (367,032,066).

“Pour mettre en perspective certaines de ces statistiques, nous avons établi quelques comparaisons”, commente The Body Shop. “La quantité de bouteilles de gel douche vides jetées en un mois est équivalente au nombre de voitures aux États-Unis. Il y a trois fois plus de rasoirs que de maisons aux États-Unis. Enfin, il y a presque 6000 fois plus de déodorants qu'il n'y a de cafés et de snacks dans le pays”.

Attitude des Américains

Plus de la moitié du panel a déclaré être plus enclin à acheter auprès d'entreprises qui ont recours à des matériaux durables.

50 % des répondants diminuent leur utilisation de produits cosmétiques dont l'emballage est en plastique. Enfin, 43 % d'entre eux n'achètent leurs soins qu'auprès d'industriels qui ne génèrent pas (ou peu) de déchets.

“En tant que pays, nous devons continuer à travailler ensemble pour réduire la quantité de plastique que nous utilisons et penser à recycler autant que possible”, explique la marque. “Nos packs sont fabriqués à partir de plastiques recyclés et de matériaux d'origine végétale dans la mesure du possible. Notre objectif est d'emballer nos produits avec un minimum de 75 % de plastique PCR d'ici 2022. Ce sont ces petits changements qui peuvent avoir un impact considérable sur la vie future de nos enfants et petits-enfants”.

Les applications concrètes des acteurs de la filière

Les industriels savent qu'ils ont un rôle à jouer dans la transition écologique. Poids lourds de la filière et PME se mobilisent pour limiter leurs impacts sur la planète.

Ainsi, des consortiums se créent, des systèmes de notations environnementales voient le jour.

Les fournisseurs d'emballages se joignent également à l'effort collectif en proposant des solutions plus durables, réutilisables et issues de matériaux recyclés.

Face à l'urgence climatique, la filière de la beauté s'organise et laisse même de côté la rude concurrence. L'objectif est d'avancer ensemble, pour aller plus loin.

RAPPORT SUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE LA FILIÈRE PARFUMS ET COSMÉTIQUES : "BIEN, MAIS PEUT MIEUX FAIRE"

En juillet dernier, le ministère de la Transition écologique avait demandé au CGEDD (Conseil Général de l'Environnement et du Développement Durable) de faire un état des lieux du secteur cosmétique de façon à "identifier des axes stratégiques et actions concrètes permettant à la filière d'engager pleinement sa transition écologique". Le rapport, en demi-teinte, vient d'être remis à la Ministre.

La lettre de mission date du 16 juillet 2021.

Partant du constat qu'*"il manquait des analyses précises portant sur l'ensemble du secteur"*, et qu'il était *"nécessaire d'avoir une meilleure connaissances des enjeux"*, afin de *"favoriser la transition écologique du secteur et pouvoir changer d'échelle"*, le ministère de la Transition écologique demandait au CGEDD d'établir *"un panorama des bonnes pratiques et des investissements nécessaires à mettre en œuvre sur l'intégralité de la chaîne de valeur de la filière"*.

Pour chaque phase du cycle de vie du produit cosmétique (fabrication, utilisation, fin de vie), il était notamment demandé :

- d'identifier les pratiques vertueuses et leur impact,
- de chiffrer les investissements nécessaires et d'étudier la faisabilité pour les entreprises,
- d'identifier les potentiels gains et opportunités qui pourraient découler de chaque mesure,
- de proposer un cadrage pour mettre en place un affichage environnemental sur les produits cosmétiques,
- de formuler des propositions d'actions, tant à destination de la filière que de l'État.

Le rapport vient d'être remis, et, s'il reconnaît que la filière cosmétique française s'est bien engagée dans une démarche de transition écologique, il estime aussi que les efforts du secteur doivent être amplifiés.

La synthèse du rapport

L'industrie des cosmétiques et des parfums est consciente que la demande des consommateurs pour des produits de plus en plus respectueux de l'environnement est croissante et qu'elle doit investir dans la transition écologique. La présente mission "d'étude sur les enjeux de la transition écologique de la filière Parfums et Cosmétiques" apporte un éclairage sur ce sujet.

Des impacts mal connus

Dans un premier temps, la mission a relevé que les impacts environnementaux des produits cosmétiques étaient globalement peu connus. Une étude disponible sur les émissions de gaz à effet de serre (GES) du secteur estime que l'industrie cosmétique serait responsable, sur l'ensemble de la planète, de 0,5 à 1,5 % de ces émissions. La mission s'est attachée ensuite à examiner si les entreprises connaissaient les impacts de leurs produits sur l'environnement. Seules les entreprises les plus importantes recourent à des analyses du cycle de vie (ACV) pour évaluer l'impact environnemental de leurs produits et optimiser leur conception. La plupart des entreprises de taille petite ou moyenne ne sont pas en mesure aujourd'hui de conduire de telles études, en raison de leur coût et de l'absence de personnes compétentes en ce domaine en leur sein. À cet égard, la mission souligne la nécessité pour la profession de poursuivre son effort de montée en compétence de ses collaborateurs sur ces sujets.

Par ailleurs, les informations qui lui ont été transmises n'ont pas permis à la mission de chiffrer de façon globale les investissements passés ou futurs liés à la transition écologique, ni leurs impacts sur l'environnement. Elle a néanmoins constaté que les investissements à réaliser étaient rarement cités

comme des obstacles à la mise en œuvre des actions relatives à la transition écologique, dont la nécessité est bien comprise. Cela ne signifie pas pour autant que toutes les actions qu'il serait possible de conduire le soient effectivement. Les fabricants d'emballages rencontrés par la mission ont quant à eux clairement souligné que les investissements qu'ils ont dû ou vont devoir réaliser sont très importants et pèsent sur leurs marges.

Un cadre juridique à revoir

L'analyse juridique conduite par la mission a permis de relever que le Règlement (CE) n°1223/2009 du 30 novembre 2009 relatif aux produits cosmétiques ne traite pas directement leurs impacts environnementaux et que son articulation avec le Règlement n°1009/2006 du 18 décembre 2006 concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques (REACH) soulève un certain nombre de difficultés.

Par ailleurs, la définition des nanomatériaux varie d'un règlement européen à l'autre.

Enfin, les produits cosmétiques ne sont pas soumis au Règlement n°1272/2008 du 16 décembre 2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges (CLP) qui impose notamment d'étiqueter de manière appropriée les substances chimiques dangereuses pour la santé ou l'environnement.

Pour remédier à cette situation, la mission recommande que les autorités françaises poursuivent leurs efforts, pour améliorer l'articulation des règlements portant sur les produits cosmétiques avec ceux régissant les produits chimiques, pour élargir le champ d'application du règlement CLP et pour harmoniser les définitions des nanomatériaux.

Des efforts à amplifier

La communication de l'industrie des cosmétiques sur la transition écologique s'est fortement développée et cette transition est même devenue un thème majeur des stratégies commerciales. La mission s'est efforcée de cerner la portée des pratiques situées entre discours et réalité. Elle a constaté que de nombreuses actions ont été entreprises dans le domaine des emballages des produits (utilisation de matériaux recyclés et recyclables, sortie du plastique, etc.), en conformité avec les exigences réglementaires.

Des actions portent aussi sur l'optimisation des processus de production proprement dits (diminution des consommations en énergie et en eau, meilleur traitement des déchets, etc.).

Les actions relatives aux ingrédients sont peu développées et se limitent souvent à rechercher plus de "naturel" et de "bio", alors même que les impacts sur l'environnement des ingrédients ne sont que partiellement connus.

Peu d'actions sont menées pour encourager un meilleur usage des produits ou encore diminuer l'impact environnemental des points de vente.

Concernant les transports, importants pour une industrie très exportatrice, des initiatives existent, mais il conviendrait de les étendre et de les multiplier.

Le plan d'actions proposé

Développer la vente en vrac

La mission préconise l'élaboration d'un plan d'action pour développer les ventes en vrac et en recharge, après la réalisation d'expérimentations dans le cadre des recommandations de l'ADEME, le développement des actions visant à diminuer l'eau dans les formules et la poursuite de celles visant à en diminuer l'usage dans le processus de fabrication.

Tracer l'huile de palme

Elle recommande également, sans attendre l'entrée en vigueur de l'Article 273 de la loi Climat et Résilience pour les grandes entreprises et une éventuelle interdiction au niveau européen de l'importation de produits issus de la déforestation, d'améliorer la traçabilité des ingrédients contenant de l'huile de palme ou de l'huile de palmiste.

Agir sur les points de vente

Enfin, la mise en place d'actions de transition écologique dans les points de vente des produits cosmétiques doit être accélérée.

Disposer d'une base de données

De façon générale, la mission considère que, pour conduire des ACV ou pour définir des méthodes permettant de mettre en œuvre l'affichage environnemental dans le secteur des cosmétiques, il est indispensable de disposer de données précises, portant sur l'ensemble du process et les ingrédients. Le nombre des ingrédients dépassant 20 000, il est essentiel que les données les concernant soient aussi spécifiques que possible et tiennent compte notamment de leurs différents modes de production. Or, la mission a constaté que de nombreuses données manquent, par exemple sur l'écotoxicité, faute de connaissances scientifiques établies sur les impacts potentiels sur l'environnement d'un grand nombre des ingrédients incorporés. La base de données la plus utilisée est celle de l'association suisse Ecolinvent, mais elle-même ne porte que sur une fraction des produits.

Élaborer un affichage environnemental

En tout état de cause, même si l'ensemble des données était disponible, élaborer un "score" environnemental unique, consistant à présenter sous la forme d'une note de A à E l'impact environnemental d'un produit cosmétique, nécessite de mettre en place des méthodes de calcul et de pondération des différentes atteintes à l'environnement à la fois éprouvées sur le plan scientifique et consensuelles entre représentants de la filière et pouvoirs publics.

Dans ce contexte, il sera intéressant de suivre l'initiative prise à l'automne 2021 par des acteurs privés pour former **le consortium international EcoBeautyScore** visant à développer un système de notation sectoriel de l'impact environnemental des produits de beauté. Le consortium a pour objectif de disposer d'un premier prototype d'outil fin 2022, ce qui pourrait permettre le lancement d'expérimentations dès la fin 2023.

À cet égard, la mission recommande aux pouvoirs publics et aux représentants de la profession au plan national de mettre en place une gouvernance, en charge de s'assurer que les propositions d'affichage, qu'elles soient issues de cette initiative ou d'autres qui émergeraient, soient conformes à l'intérêt général et de nature à être utilisées par le plus grand nombre d'entreprises. Des expérimentations de l'affichage environnemental dans le secteur des cosmétiques pourront utilement être nourries par le bilan des expérimentations menées dans d'autres secteurs, ce qui n'empêche pas que la filière cosmétiques doive, sans attendre, intensifier ses travaux sur la constitution de bases de données.

Informers les consommateurs

La mission considère que des actions de communication devraient être menées, notamment à l'occasion de messages publicitaires, pour informer le consommateur sur l'importance de la modération dans l'usage des cosmétiques et sur les pratiques permettant de réduire leurs impacts, par exemple lors du lavage ou du rinçage, qui représenteraient environ 40 des émissions de GES du secteur.

Promouvoir l'Écolabel européen

Constatant la multiplicité des labels qui se sont développés dans le secteur des cosmétiques et portent, le plus souvent, davantage sur l'origine des produits que sur leur impact environnemental, la

mission recommande, tant aux pouvoirs publics qu'à la profession, de promouvoir l'Écolabel européen, qui apporte les meilleures garanties sur le plan environnemental.

Amplifier les efforts

Les domaines de l'hygiène et de la beauté sont propices aux changements. Les entreprises paraissent prêtes à s'engager vers une transition écologique réussie et les consommateurs sont également demandeurs de changement et d'informations appropriées. Les efforts du secteur vers la transition écologique doivent donc être amplifiés.

Les 11 recommandations du rapport

Recommandation n°1

[Profession] Améliorer la connaissance des impacts environnementaux des produits cosmétiques en mettant en place en 2022 un programme 2023-2030 ambitieux dans le cadre du comité de filière.

Recommandation n° 2

[État- DGPR et DGCCRF] Faire aboutir les propositions françaises visant à améliorer l'articulation entre les règlements Cosmétiques, REACH et CLP pour mieux prendre en compte les impacts des produits cosmétiques sur l'environnement.

Recommandation n° 3

[Profession] Multiplier les expérimentations de ventes en vrac dans le cadre des recommandations de l'ADEME et en dresser le bilan.

Recommandation n° 4

[Profession] Poursuivre les actions visant à diminuer l'eau dans les formules des produits cosmétiques sans augmenter d'autres impacts négatifs sur l'environnement.

Recommandation n° 5

[Profession] Améliorer la traçabilité des ingrédients contenant de l'huile de palme ou de l'huile de palmiste pour moins déforester.

Recommandation n° 6

[Profession] Mettre en place un plan de réduction des émissions de gaz à effet de serre liées au transport des produits sur toute la chaîne de valeur.

Recommandation n° 7

[Profession] Accélérer la mise en place d'actions de transition écologique dans les points de vente des produits cosmétiques.

Recommandation n° 8

[État - CGDD, ADEME et profession] Promouvoir et développer le recours à l'Écolabel européen pour les cosmétiques.

Recommandation n° 9

[Profession] Mettre en place une gouvernance pour assurer le développement des projets en matière d'affichage environnemental de nature à être utilisés par le plus grand nombre d'entreprises en lien avec le consortium international et d'autres initiatives qui émergeraient.

Recommandation n° 10

[État - CGDD] Constituer avec l'ADEME un groupe de travail destiné à piloter les travaux relatifs à l'affichage environnemental et à la constitution des bases de données nécessaires, en lien avec les initiatives en la matière et la profession.

Recommandation n° 11

[Profession] Informer davantage le consommateur sur l'importance de la modération dans l'usage des cosmétiques et sur les pratiques permettant de réduire leurs impacts.

La conclusion du rapport

La filière cosmétique doit poursuivre et intensifier la profonde transition dans laquelle elle est engagée : elle ne doit plus seulement contribuer à la beauté et au bien-être de ses consommateurs sans détériorer leur santé ; elle doit désormais aussi limiter au maximum ses impacts sur l'environnement dans tous ses aspects. Ses fournisseurs, ses agents, ses distributeurs et même les consommateurs doivent contribuer à ce nouveau paradigme.

En ce sens, l'investissement le plus essentiel doit concerner le développement des connaissances sur l'impact environnemental des produits cosmétiques : connaissances générales sur les impacts des nombreux ingrédients utilisés mais aussi connaissances de chaque entreprise sur chaque produit. Ceci suppose des actions menées à la fois collectivement au niveau de la filière et individuellement au niveau des entreprises.

Sur ce point, comme pour toutes les recommandations adressées à la profession par la mission dans ce rapport, la filière aurait intérêt à se doter d'une feuille de route, comportant un calendrier de mise en œuvre. Un suivi de l'avancement de ce plan en comité de filière serait certainement utile. Cette feuille de route lui permettrait de suivre, de constater et de faire connaître tant à ses clients qu'aux pouvoirs publics et aux autres parties prenantes les progrès qu'elle accomplit régulièrement et de manière déterminée en vue de sa transition écologique.

Sources

- **La transition écologique de la filière parfums et cosmétiques**, Les derniers rapports, Ministère de la Transition écologique, CGEDD, publié le 25 mars 2022
- **Rapport sur la transition écologique de la filière Parfums et Cosmétiques**, Rapport à Madame la Ministre de la Transition écologique, Agnès Mouchard, Sabine Saint-Germain, CGEDD ; Philippe Kahn, CGE, février 2022

LE PLASTIC ACT DE LA FEBEA : UN PLAN D' ACTIONS POUR DES EMBALLAGES COSMÉTIQUES DURABLES

Loi AGEC, Décret “3R”, attentes des consommateurs... la France est aujourd’hui à la pointe d’un mouvement global de réduction des emballages plastiques pour s’inscrire dans une démarche environnementale durable. Le secteur cosmétique a déjà amorcé sa transition écologique dans ce cadre, principalement au travers d’initiatives individuelles de certaines entreprises. La FEBEA entend aujourd’hui fédérer et accompagner ce mouvement, et a présenté son “Plastic Act” et ses objectifs, lors d’une conférence de presse organisée le 24 juin 2021.

“Nous sommes à un moment charnière”, a introduit Emmanuel Guichard, Délégué général de la FEBEA (Fédération des entreprises de la beauté). “Les Français souhaitent que les entreprises s’engagent. 68 % d’entre eux pensent qu’elles ont le pouvoir de changer le monde. Et 74 % attendent en priorité de la part des entreprises cosmétiques qu’elles agissent en faveur de la protection de l’environnement”.

Et d’expliquer que si les emballages cosmétiques ne représentent que 5 % des emballages plastiques vendus en France (soit 55 000 tonnes), le secteur souhaite néanmoins s’engager collectivement dans leur réduction pour deux raisons :

- le sujet des emballages est un sujet de société et une attente très forte des Français,
- certaines entreprises, surtout de grande taille, ont déjà réussi à réduire leur empreinte plastique et leurs emballages.

“Le rôle de la FEBEA est de fédérer et d’embarquer l’ensemble de l’écosystème. Notre but est de faire en sorte que toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, puissent rentrer dans cette dynamique de changement et de transition”.

Et c’est le sens de ce Plastic Act, élaboré avec l’aide du cabinet de conseil en transition écologique The (RE)SET Company.

L’élaboration du Plastic Act

Le Plastic Act est un plan d’actions concrètes et mutualisées, construit autour de quatre grands principes : les “3R” du Décret d’application de la loi AGEC (Réduction, Réemploi, Recyclage des emballages plastiques) auxquels s’ajoute un quatrième : la Réincorporation de plastique recyclé.

“Nous avons suivi une méthode en quatre temps, avec de nombreux experts et représentants du secteur. Après avoir élaboré un diagnostic commun des enjeux des emballages plastiques cosmétiques, nous avons évalué le potentiel 4R de chacune des catégories de produits, puis défini une trajectoire à l’horizon 2025”, a expliqué Géraldine Poivert, Présidente de The (RE)SET Company.

Un travail préparatoire qui a duré six mois.

Six catégories de produits ont été prises en compte :

- l’hygiène (Savon liquide, savon solide, Déodorant, Dentifrice, Sels de bain...),
- le capillaire (Shampooing liquide, Shampooing solide, Shampooing sec, Laque, Coloration, gel, Masque cheveux, Huile cheveux, Sérum cheveux...),
- le soin (Crème visage, Crème corps, Gommage, Masque visage, Sérum visage, Eau micellaire, Démaquillant, Eau thermale, Solaire...),
- le maquillage (Rouge à lèvres, Fond de teint, Poudre, Fard à paupières, Palette, Mascara, Eyeliner, Vernis, Dissolvant, Crayon...),
- le parfum,
- les échantillons (Tube, sachet...).

Les “4R” du Plastic Act

Réduire

Le Décret “3R” fixe un objectif de réduction des emballages plastiques de 10 % d’ici 2025.

L’ambition de la FEBEA est de les réduire de 15 %.

Cet objectif plus ambitieux doit être atteint en jouant sur deux leviers.

La réduction absolue de la quantité de plastique (5 - 20 %)

- Généralisation de l’écoconception (certains groupes sont très avancés dans ce domaine, d’autres seulement au début de la démarche), réduction de la quantité (notamment pour le secteur du luxe) et du poids des emballages.
- Développement des formules concentrées et des grands formats.

La réduction via la substitution par d’autres matériaux (10 - 20 %)

- Substitution par du verre, sous réserve qu’il puisse être allégé, rendu moins cassable, de compenser son bilan carbone, et de le recycler davantage.
- Substitution par de la fibre cellulosique sous réserve de la rendre plus imperméable et de renforcer sa fonctionnalité “barrière” (*“en clair : il faut trouver un papier qui résiste à la crème”*, a explicité Emmanuel Guichard).

L’industrie a déjà mis à disposition **l’outil SPICE** pour mesurer le bénéfice environnemental d’une option alternative d’emballage, ce qui permet d’éviter les “fausses bonnes idées” et d’augmenter l’empreinte environnementale sur un aspect de l’emballage en tentant d’en réduire une autre...

Réemployer

Ici, la FEBEA multiplie par deux l’objectif du Décret “3R” pour le faire passer de 10 à 20 %.

L’ambition est double :

- développer massivement les recharges 100 % recyclables (et notamment pour le e-commerce) pour remplir des contenants uniques, travaillés et de qualité,
- permettre aux entreprises de toutes tailles de proposer une offre en vrac pour tous les produits cosmétiques pour lesquels elle est possible (parfums, lavants...), ce qui suppose l’élaboration et/ou la généralisation de standards sanitaires pour le remplissage sur les lieux de vente, avec ses corollaires : la consigne, le lavage des contenants, l’étiquetage, etc.

Réincorporer (10 - 25 %)

C’est le “R” ajouté par la FEBEA puisqu’il n’est pas présent dans le Décret “3R”.

On parle ici de PCR (Post Consumer Recycled). Il s’agit de réincorporer des résines recyclées dans les nouveaux emballages.

La fourchette d’objectif est assez large puisque celui-ci pose deux défis principaux :

- créer une qualité de résine recyclé “cosmetic grade” pour élargir le nombre de résines disponibles (le PET recyclé “food grade” actuellement utilisé s’avérant insuffisant), et les normaliser,
 - sécuriser l’accès de toutes les entreprises aux gisements de plastique recyclé, à des prix abordables.
- Ces deux aspects vont demander un peu de temps pour être mis en place de façon optimale, mais devraient monter en puissance d’ici 2025.

Recycler – Être recyclable (100 %)

Pour ce “R”, le Décret impose l’objectif de 100 %. Pour l’atteindre, l’industrie cosmétique doit travailler sur plusieurs plans.

Rendre recyclable

- Simplification et standardisation des résines plastiques utilisées, en partenariat avec les fabricants d'emballages.
- Travail sur les pièces techniques et les décors pour en assurer la recyclabilité.
- Traitement des segments “soins” et “maquillage” qui utilisent souvent des résines non classiques, développer leur collecte et adapter les filières de recyclage à leurs spécificités.

Activer le recyclage

- Renforcement du geste de tri dans la salle de bain (une campagne de CITEO est prévue à l'automne).
- Captation des petits emballages en centres de tri ou instauration d'autres modes ou lieux de collecte.
- Travail en partenariat avec les opérateurs et les fabricants de matériaux.

Le suivi des “4R”

Pour aider à la réalisation de ce Plastic Act, la FEBEA va proposer, notamment aux entreprises de petite taille, un diagnostic mutualisé permettant d'évaluer l'offre des fabricants d'emballages au regard de la stratégie “4R”, ce qui permettra de mieux les connaître et de prendre les décisions les plus pertinentes. Ce diagnostic sera aussi un outil d'interconnexion et de travail avec les fournisseurs d'emballages.

En conclusion, Emmanuel Guichard s'est félicité que la cosmétique soit le premier secteur économique à prendre ce type d'engagement. Ce plan est appelé à être décliné de façon différente par les entreprises, en fonction de la variété des produits qu'elles commercialisent. Mais l'évolution globale du secteur et le suivi de la réalisation des objectifs du Plastic Act sera aussi effectué au travers notamment des déclarations annuelles auprès de CITEO. Et le Délégué général de la FEBEA a donné rendez-vous à tous dans un an pour évaluer les premières avancées chiffrées de ses “4R”, qu'il a qualifié d’*“ambitieux, réalistes, inédits et surtout collectifs”*.

VERS UN SYSTÈME DE NOTATION VOLONTAIRE DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES PRODUITS DE BEAUTÉ

Dans un communiqué du 20 septembre, Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura &Co et Unilever proposent au secteur de la cosmétique de co-construire un système de notation volontaire de l'impact environnemental des produits de beauté. Cette collaboration mondiale inédite a pour but "d'aboutir à un dispositif qui soit commun à l'ensemble des entreprises du secteur de la cosmétique et qui fournisse aux consommateurs des informations claires, transparentes et comparables grâce à une méthodologie scientifique commune". Les cinq entreprises invitent les autres acteurs de la cosmétique à se joindre à cette initiative.

Communiqué de L'Oréal Group

Ce nouveau système de notation vise à répondre à l'exigence grandissante des consommateurs en matière de transparence concernant l'impact environnemental des produits cosmétiques (formule, emballage et usage). L'objectif est d'améliorer l'information mise à la disposition des consommateurs, leur permettant ainsi de faire des choix de consommation plus durables.

Pour ce faire, un consortium sera créé et ouvert à l'ensemble des entreprises du secteur souhaitant collaborer dans le but de co-créer un dispositif permettant aux consommateurs de comparer des produits cosmétiques au sein d'une même catégorie. Le but est que le score global informe les consommateurs de l'impact environnemental des produits, en prenant en compte l'ensemble de leur cycle de vie.

Co-construire une méthodologie scientifique et un système de notation

Il est proposé que le consortium travaille avec le cabinet de conseil Quantis, pour garantir une approche robuste et scientifique, et que les efforts pour co-construire la méthodologie et le système de notation volontaire soient guidés et articulés autour de :

1. une méthode de mesure des impacts environnementaux commune tout au long du cycle de vie des produits, et adossée aux principes du "Product Environmental Footprint" (PEF, la méthode scientifique de l'Union européenne pour quantifier l'empreinte environnementale des produits) ;
2. une banque de données commune sur les impacts environnementaux d'ingrédients et matières premières standards utilisées dans les formules, emballages ainsi que durant l'utilisation ;
3. un outil commun permettant à chaque marque de calculer l'impact environnemental de chacun de ses produits, et utilisable par des non-spécialistes ;
4. un système de notation harmonisé comprenant par exemple un score allant de A à E et permettant au consommateur de comparer facilement les produits. La méthodologie, les base de données et l'outil de ce système seront vérifiés par des auditeurs indépendants.

Engager tous les acteurs du secteur de la cosmétique

Cette initiative se veut ouverte à l'ensemble des acteurs du secteur de la cosmétique, quelles que soient leur taille ou leurs ressources. Un panel d'experts indépendants sera également informé et consulté tout au long du process. Les entreprises à l'origine de l'initiative partageront leur expérience et leurs connaissances dans le développement de dispositifs d'évaluation de l'impact environnemental (tels que ceux conçus par Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura &Co et Unilever) et de systèmes d'affichage environnemental et social (tel que celui développé par L'Oréal). Toutes les entreprises bénéficieront de ce travail préexistant et sont invitées à apporter leur propre expérience. Le consortium consultera également des experts externes, notamment des scientifiques, des universitaires et des ONG pour

garantir l'intégrité continue de leur approche. Le travail développé par le consortium sera rendu public et accessible, de façon strictement volontaire, à la fois aux membres du consortium et à toute autre partie intéressée.

“Il est possible dans le secteur de la cosmétique, comme cela s’est passé dans d’autres secteurs, de construire un dispositif scientifique d’évaluation de l’impact environnemental des produits, qui s’appuie sur une analyse complète du cycle de vie. La condition est la mise en commun de connaissances et d’expertises, notamment concernant les données d’impact environnemental ; c’est sur cette voie que les membres fondateurs du consortium s’engagent”, indique Philippe Osset, expert de l’application des évaluations du cycle de vie à l’éco-conception, consultant apportant son expertise à la Commission européenne et l’AFNOR (Association française de normalisation).

Cosmetics Europe a accepté de suivre les activités du consortium en tant qu’observateur, d’autres associations professionnelles sont contactés pour y participer. Les entreprises souhaitant en savoir plus sur cette initiative sont invitées à contacter contact@ecobeautyscore-consortium.org.

COMMENT RÉUSSIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DE SON ENTREPRISE

On a bien compris maintenant que le contexte sociétal et réglementaire pousse, voire contraint les entreprises à agir pour l'environnement. S'engager dans une démarche environnementale n'est donc plus réellement un choix, mais un passage obligé. Reste à le négocier de la façon la plus performante possible... Lors des Rencontres Règlementaires organisées par Cosmed le 25 mars 2021 Mathilde Guyader, responsable de son nouveau Service Environnement, a présenté les facteurs clés pour mener à bien la transition écologique de son entreprise.

Une démarche environnementale doit permettre, si elle est bien menée, de :

- maîtriser et diminuer l'impact des activités de l'entreprise sur l'environnement,
- créer de nouvelles opportunités de distinctions concurrentielles,
- satisfaire les attentes des parties prenantes,
- anticiper les prochaines évolutions réglementaires...

La question est justement : comment bien la mener ?

Les facteurs clés du succès

Plusieurs facteurs sont importants pour s'engager dans ce type de démarche :

- l'engagement de la direction,
- l'implication des équipes,
- la connaissance des parties prenantes,
- le diagnostic,
- la définition des objectifs et la mise en place d'un plan d'action,
- la conformité réglementaire,
- la communication des engagements.

Mathilde Guyader a détaillé chacun d'entre eux.

L'engagement de la direction

“S'il n'y a pas réellement de hiérarchie entre l'ensemble de ces facteurs, l'engagement de la direction est vraiment le préalable incontournable pour crédibiliser et pérenniser la démarche au sein de l'entreprise,” a souligné Mathilde Guyader.

Cet engagement doit être formel, et la démarche environnementale doit être inscrite dans la stratégie globale de l'entreprise. Cela permet d'intégrer les critères environnementaux et les questions environnementales dans l'ensemble des processus de décision.

“Bien sûr, il y aura toujours des arbitrages à faire entre, par exemple, des enjeux économiques et des enjeux environnementaux. Pour autant, le fait d'inscrire la démarche environnementale dans la stratégie globale de l'entreprise permet de faire des choix en ayant conscience de leurs impacts”, a commenté Mathilde Guyader.

L'engagement de la direction implique aussi la mise à disposition des ressources nécessaires pour le déploiement de la démarche, qu'elles soient financières ou humaines.

L'implication des équipes

Il est également important de construire la démarche environnementale de manière collective en impliquant l'ensemble des équipes au déploiement de ses différentes étapes. Cela peut se faire, par exemple, par la création d'un groupe de travail réunissant un représentant de chacune des équipes

(marketing, réglementation, R&D, achats, logistique, fabrication...).

“La démarche environnementale n’appartient pas à une seule équipe. C’est vraiment collectivement qu’on peut réussir à diminuer ses impacts”, a insisté Mathilde Guyader.

Ces équipes doivent être formées aux enjeux environnementaux de l’entreprise et à l’écoconception des produits.

Il est intéressant également de formaliser l’implication de ces équipes dans la politique RH en termes de temps alloué et d’objectifs personnels des collaborateurs. Cela permet à chacun une meilleure appropriation des missions de l’entreprise, et de responsabiliser chaque acteur dans son propre périmètre.

La connaissance des parties prenantes

Il s’agit d’identifier l’ensemble des acteurs qui vont être concernés par les décisions ou actions de l’entreprise. Ces acteurs ont en effet un pouvoir d’influence plus ou moins fort, selon qu’ils soient consommateurs, collaborateurs, pouvoirs publics (on voit aujourd’hui la pression de ces derniers en termes de réglementation), investisseurs, associations...

Il est essentiel de mettre en place un dialogue avec l’ensemble de ces parties prenantes pour comprendre leurs attentes et les intégrer à la définition des objectifs environnementaux de l’entreprise.

Enfin, chaque donneur d’ordre doit aussi faire un travail de sensibilisation aux objectifs environnementaux de l’ensemble de sa chaîne de valeur, en amont et en aval.

Le diagnostic

C’est une étape cruciale qui permet de répondre à de nombreuses questions :

- par quoi commencer ?
- quels sont les impacts de l’entreprise ?
- quels doivent être ses objectifs ?...

Il s’agit de faire l’état des lieux des activités et des pratiques de l’entreprise pour identifier l’ensemble des impacts qu’elles ont sur l’environnement, identifier et hiérarchiser ses enjeux environnementaux (sur le réchauffement climatique, la consommation des ressources, la qualité de l’air et de l’eau, la pollution, la génération de déchets...).

“Ce diagnostic doit être fait dans une approche ‘cycle de vie’, des produits et des sites industriels, pour éviter les fausses bonnes idées et les transferts d’impact”, a précisé Mathilde Guyader.

Objectifs et plan d’actions

“Les objectifs doivent être définis en cohérence avec les enjeux environnementaux de l’entreprise : les enjeux environnementaux majeurs, mais aussi l’ADN et les valeurs de l’entreprise”, a averti Mathilde Guyader.

L’élaboration du plan d’actions se fait en listant les actions spécifiques à mener avec l’identification des responsabilités des équipes :

- quels sont les résultats attendus ?
- quels moyens doivent-ils être déployés pour atteindre les objectifs fixés ?
- dans quel délai les actions doivent-elles être menées ?

Enfin, il est intéressant de créer des indicateurs de performance (KPI pour Key Performance Indicator) pour évaluer l’efficacité du plan d’actions dans le temps, dans une démarche d’amélioration continue.

Mathilde Guyader a donné des exemples de KPI :

- la part de matériaux recyclés dans la part totale des matériaux d'emballage,
- la part des matières premières renouvelables sur la part totale des matières premières utilisées dans les formules,
- le traçage de la consommation d'eau et d'énergie dans la fabrication avec la part d'énergies renouvelables utilisées,
- le traçage de l'évaluation des fournisseurs de l'entreprise en termes de critères environnementaux...

La conformité réglementaire

C'est bien sûr un préalable incontournable.

Il passe d'abord par la mise en place d'un système de veille sur les textes et évolutions réglementaires applicables en termes environnementaux sur les activités de l'entreprise (**loi AGEC**, règlement sur la transition énergétique, consignes de tri, objectifs de réemploi et d'intégration de matières plastiques recyclables dans les emballages, réglementations applicables aux sites industriels...).

Une fois tous les textes qui concernent l'entreprise identifiés, il faut alors évaluer sa conformité à leurs exigences.

“Et, au-delà de la réglementation, il est aussi intéressant d'appliquer les normes, référentiels et bonnes pratiques du secteur en vigueur, par exemple, l'Ecolabel européen ou le standard COSMOS pour la formulation des produits, les bonnes pratiques de l'UEBT pour le sourcing des matières premières ou la norme ISO 14001 pour mettre en place un système de management de la démarche environnementale”, a ajouté Mathilde Guyader.

La communication des engagements

C'est aussi un des facteurs clés de succès. Cette communication doit être :

- pertinente, en reflétant réellement les enjeux majeurs de l'entreprise, dans se limiter à un enjeu qui ne reflèterait pas ses plus gros impacts environnementaux,
- transparente, en précisant comment l'entreprise compte atteindre ses objectifs (*“On voit de plus en plus d'entreprises qui communiquent sur des objectifs de neutralité carbone à horizon 2025-2030”, a expliqué Mathilde Guyader.* “Il est intéressant de savoir comment elles comptent y arriver, s'il s'agit juste d'opérations de compensation ou s'il y a réellement des activités de réduction des émissions de gaz à effet de serre... Et j'attire votre attention sur le fait que cette neutralité carbone est en cours de normalisation pour proposer une définition commune de ce qu'est la neutralité carbone”*),
- humble, sans rien exagérer des bénéfices attendus pour l'environnement,
- conforme (voir à ce sujet l'article **Le nouveau cadre réglementaire des allégations environnementales**).

Cette communication doit s'adresser à l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, et peut se faire sur différents supports (reporting extra-financier, communication institutionnelle, communication produit...), en s'assurant que les différentes communications soient transverses, c'est-à-dire qu'elles reflètent toutes la démarche et les valeurs environnementales de l'entreprise.

Enfin, il ne faut pas oublier d'afficher ses objectifs et les actions en cours pour illustrer la démarche d'amélioration continue de l'entreprise : *“À attendre d'avoir atteint vos objectifs pour communiquer, vous prendriez le risque d'être identifié comme une entreprise qui n'agit pas et qui n'a pas débuté sa transition écologique”, a averti Mathilde Guyader. “Il est tout à fait normal de communiquer sur des objectifs et non pas seulement sur des réalisations”.*

Le nouveau service Cosmed Environnement

Mathilde Guyader a terminé son intervention en présentant le nouveau service de Cosmed pour accompagner les entreprises de la filière cosmétique dans leur démarche environnementale.

Il a été développé autour de quatre grands piliers d'accompagnement :

- le diagnostic : aide à l'identification des impacts et des enjeux environnementaux, des sites et produits, dans une perspective de cycle de vie ;
- la stratégie : accompagnement dans la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise, avec la définition des objectifs et d'un plan d'actions détaillé et la recherche de financements (À noter que, grâce au plan de relance actuel, il y a de nombreuses aides à destination des entreprises qui s'engagent dans leur transition écologique) ;
- le pilotage : soutien dans le pilotage des projets environnementaux via, par exemple, la création d'outils méthodologiques pour la mise en œuvre de la démarche et l'identification de partenaires, ou le montage des dossiers de financement ;
- l'évaluation et la communication : aide à l'évaluation de l'atteinte des objectifs et à la mise en place d'une communication sincère et conforme à la réglementation.

Pour en savoir plus sur ce nouveau service

- Voir le **site Internet de Cosmed**

LE SECTEUR COSMÉTIQUE À L'HEURE DE LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

Le secteur cosmétique s'est engagé depuis longtemps en faveur d'une réduction de son empreinte environnementale et de sa consommation énergétique. Pour accompagner l'ensemble du secteur à accélérer aujourd'hui dans cette voie, la FEBEA (Fédération des entreprises de la beauté) vient d'annoncer de nouveaux engagements pour faire de la sobriété énergétique une priorité pour tous.

Alors que le Gouvernement vient d'annoncer son plan de sobriété énergétique, la FEBEA a interrogé ses adhérents afin de mesurer leur engagement en la matière. Cette consultation confirme que les entreprises du secteur cosmétique ont, de longue date, entrepris des efforts pour rendre leur consommation d'énergie plus responsable et durable : ainsi, 96 % des entreprises répondantes ont déjà mis en place des mesures de sobriété énergétique et un tiers confirment avoir réduit leur consommation énergétique depuis ces dix dernières années.

Les actions pour la sobriété énergétique

Parmi les mesures concrètes que les entreprises cosmétiques ont déjà déployées dans leur démarche de sobriété énergétique : la fermeture des portes ouvertes sur l'extérieur arrive en tête (97 %), suivie par l'extinction des éclairages (93 %), l'adaptation de la température des locaux ex aequo avec la sensibilisation des salariés (90 %), l'incitation à la mobilité durable (83 %), ainsi que l'optimisation des outils industriels existants (79 %).

Par ailleurs, un tiers des entreprises répondantes font déjà appel aux énergies renouvelables.

Pour aller plus loin dans cette démarche, les entreprises cosmétiques ont prévu d'investir dans les énergies renouvelables (43 %) avec pour priorités, en fonction de leur besoin, de leur situation et de leur taille : l'installation de parcs photovoltaïques, le développement de projets de géothermie et de chaudières biomasse.

Par ailleurs, 70 % des entreprises déclarent vouloir investir pour réduire leur consommation énergétique, par exemple en se dotant d'éclairages LED ou de déstratificateurs dans les entrepôts pour plaquer l'air chaud au sol, en optimisant les circuits de chauffage ou encore en récupérant des calories des groupes froids pour produire de l'eau chaude.

L'engagement de la FEBEA

Pour accompagner l'ensemble du secteur dans cette démarche de sobriété énergétique, la FEBEA vient de prendre deux nouveaux engagements.

Avec la signature de la charte Ecowatt, la FEBEA s'engage à relayer auprès de ses adhérents les messages d'alerte sur les pics de consommation, et à promouvoir les mesures de réduction de la consommation énergétique correspondants. Les collaborateurs de ces entreprises, de leur côté, bénéficieront d'un programme de formation dédié, créé par la FEBEA. Ce programme, qui sera également relayé auprès des salariés de la FEBEA, relayera un ensemble de messages de sensibilisation, afin d'assurer la diffusion des bonnes pratiques.

Par ailleurs, la FEBEA annonce le lancement d'une campagne d'information et de sensibilisation auprès des consommateurs sur les écogestes faciles à adopter dans la salle de bains, dans le prolongement de la campagne "Chaque geste compte" déployée par le Gouvernement. La campagne de la FEBEA, qui débutera à la fin du mois d'octobre, permettra à chacun de savoir comment contribuer, au quotidien, dans sa salle de bains, à l'effort collectif en faveur de la sobriété énergétique.

Appel à l'instauration d'un prix plafond sur le gaz

Parallèlement à ces efforts, la FEBEA alerte sur les conséquences économiques pour les entreprises de son secteur face à la hausse du coût de l'énergie. De nombreuses entreprises cosmétiques, parmi lesquelles des PME et des ETI, sont confrontées à une flambée de leurs factures.

Pour Emmanuel Guichard, Délégué général de la FEBEA, *“Les entreprises cosmétiques sont des entreprises industrielles qui fabriquent en France. Afin de préserver les capacités de production et l'emploi, il est indispensable que le gouvernement puisse aboutir, dans les négociations européennes, à un découplage du prix du gaz et de l'électricité et d'instaurer un prix plafond sur le gaz utilisé pour la production d'électricité”*.

COSMETICS EUROPE FÉDÈRE L'INDUSTRIE POUR "S'ENGAGER POUR NOTRE PLANÈTE"

Cosmetics Europe vient de lancer une initiative sans précédent à l'échelle du secteur, Commit for Our Planet (S'engager pour notre planète), dans le but de réduire l'empreinte environnementale du secteur cosmétique en Europe.

Cette initiative encourage toutes les entreprises de cosmétiques à prendre part à un effort conjoint de l'industrie pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, améliorer les solutions d'emballage et agir pour la nature.

Dans ce cadre, Cosmetics Europe fournira des outils et des lignes directrices pour aider les entreprises à respecter leurs engagements en matière de durabilité. Chaque année, l'association prévoit de faire un rapport sur l'action globale par rapport aux engagements afin de démontrer les progrès de l'industrie et l'impact positif sur l'environnement.

"Alors que de nombreuses entreprises cosmétiques réalisent déjà des progrès environnementaux significatifs de leur côté, Commit for Our Planet vise à élever encore le niveau de durabilité du secteur en intensifiant et en amplifiant collectivement les efforts de l'industrie par le biais d'une action conjointe. Nous avons développé cette initiative pour qu'elle s'adresse à l'ensemble du secteur, avec des engagements qui peuvent être adaptés à toutes les tailles et tous les types d'entreprises, indépendamment de leur appartenance à Cosmetics Europe ou de leur situation en matière de développement durable. Il s'agit de s'assurer que chacun puisse contribuer à répondre aux besoins de la société et de la planète", a déclaré John Chave, Directeur général de Cosmetics Europe.

Les premiers "engagés"

Vingt-sept entreprises ont déjà pris des engagements dans le cadre de cette initiative : AVA Cosmetic Laboratory, Babaria, Beiersdorf, Börlind, Bruno Vassari, Colgate Palmolive, Cosnova, Coty, Dalli Group, Floslek, Gardiner Family Apothecary (Elave), Global Cosmed, Henkel, Keune, La Biosthétique, L'Occitane, L'Oréal, LVMH, MartiDerm, NAOS, Natura Bissé, Salerm Cosmetics, Schwan Cosmetics, SystemKosmetik, Unilever, WALA et Weleda.

Plusieurs associations nationales représentant l'industrie cosmétique se sont également engagées à soutenir les entreprises et à promouvoir l'initiative au niveau local : NCV (Association néerlandaise des cosmétiques), IKW (Association allemande des cosmétiques, produits de toilette, parfums et détergents), Kosmetyczni (Union polonaise de l'industrie cosmétique), RUCODEM (Union roumaine des fabricants de produits cosmétiques et de détergents) et STANPA (Association espagnole de la cosmétique, des produits de toilette et de la parfumerie).

UNE MAJORITÉ DE PME FRANÇAISES SE MOBILISENT POUR L'ENVIRONNEMENT

Face à l'urgence climatique, de nombreux industriels ont intensifié leurs efforts pour limiter leur impact sur la planète. Capterra (comparateur en ligne de logiciels B2B) a mené une enquête auprès de 1400 dirigeants afin de mieux mesurer la mise en place d'actions concrètes en faveur de l'écologie. Spoiler : 76 % des PME françaises ont déjà commencé à agir.

Cette étude a été conduite (en ligne) en décembre 2022 auprès de 1400 gérants / managers d'entreprises (issus de divers secteurs d'activité) situés en France, en Italie, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni.

L'échantillon français est composé de 360 répondants.

Une inquiétude croissante

La crise climatique concerne les industriels français. Ils sont 80 % à se dire préoccupés par l'état de la planète, car cela induit des répercussions sur la chaîne d'approvisionnement.

“Les panels italiens (79 %), mais également britanniques (82 %) font part d'un ressenti similaire. Les Pays-Bas se démarquent quelque peu, puisque seuls 52 % de ces participants partagent cette opinion”, explique Capterra.

Action, réaction

L'inquiétude provoquée par le réchauffement climatique a conduit les industriels à revoir leurs pratiques.

76 % des sociétés françaises indiquent avoir œuvré en interne pour limiter leur impact sur la planète. Suivent les structures italiennes (64 %), britanniques (64 %) et néerlandaises (44 %).

Si les professionnels s'engagent, c'est parce qu'ils :

- ont la conviction sincère de la nécessité de protéger la nature en tant qu'entreprise (52 %),
- ont le souhait d'améliorer la réputation de leur marque (36 %),
- doivent répondre aux attentes des investisseurs, des consommateurs ou des clients (32 %).

“En 2021, 94 % des Français interrogés indiquaient déjà prendre en compte le facteur de la durabilité dans leurs processus d'achats, des questionnements quant aux changements climatiques influençant leurs choix de produits ou de fournisseurs”, ajoute Capterra.

Pour limiter leur impact environnemental, les sondés expliquent :

- utiliser moins d'énergie (44 %),
- réduire les déchets (36 %),
- recycler les matériaux (35 %),
- utiliser des poubelles de tri (32 %),
- sensibiliser les employés (32 %),
- inciter à diminuer l'utilisation du papier (31 %),
- se fournir en énergie renouvelable (29 %),
- encourager à utiliser les transports en commun (29 %).

Objectif durabilité

Pour la majorité des répondants, le paramètre environnemental est un élément clé de compétitivité.

“Toutefois, l'évaluation de leurs efforts repose désormais sur des critères concrets, tels que leur score ESG, permettant d'établir leurs performances en matière de respect de la planète. C'est pourquoi concevoir un

plan d'écoresponsabilité spécifique et être en mesure de mesurer les résultats des actions amorcées revêt une importance particulière pour les entreprises engagées dans ce type d'initiative". 86 % des acteurs sondés expliquent que leurs objectifs environnementaux figurent dans leur stratégie.

Et pour mener à bien leurs projets, certaines structures ont un service dédié avec une (34 %) ou plusieurs (27 %) personnes qui travaillent uniquement sur la question de la durabilité en interne.

"Aujourd'hui, tout semble indiquer une prise de responsabilité des PME françaises quant à l'implémentation d'actions concrètes pour lutter contre les revers du changement climatique", conclut Capterra. "Il n'en reste pas moins que le chemin à parcourir pour atteindre les objectifs fixés par l'Union européenne pour 2030 est encore long et requiert l'engagement d'un plus grand nombre d'acteurs économiques. En effet, 63 % des entreprises ont déclaré que les mesures environnementales menées donnent certains résultats, mais qu'il est possible d'en faire plus. Participer à un modèle de production limitant les risques climatiques est donc plus que jamais vital pour le futur des industriels et celui de la planète".

LE GREEN IMPACT INDEX CRÉE SON CONSORTIUM

Un collectif de 25 acteurs représentant plus de 1000 entreprises, renforcées par plusieurs bureaux d'études indépendants et une structure académique, ont décidé, sous l'égide d'AFNOR Normalisation, de mettre en commun leurs expertises pour définir une méthodologie d'affichage de l'impact environnemental et social des produits de soin et de bien-être. Cette future méthodologie s'appuiera sur une première version du Green Impact Index lancée en juin 2021 par le Groupe Pierre Fabre pour mesurer et afficher l'impact socio-environnemental de ses produits.

Les acteurs du Consortium ont décidé d'unir leurs efforts afin de rédiger une AFNOR Spec qui va revisiter la méthodologie du Green Impact Index pour l'améliorer et la rendre utilisable par le plus grand nombre.

À l'issue des travaux (prévue d'ici la fin du 2e trimestre 2023), la méthodologie sera à disposition de toute entreprise, de la TPE au grand groupe international, soucieuse de mesurer, d'améliorer et d'afficher simplement l'impact environnemental et social de ses produits de soin ou de bien-être, dans le cadre normé et co-construit que procure une AFNOR Spec.

“L'initiative ouverte, collective et participative du Consortium Green Impact Index donne à des laboratoires de la taille de Phytéma, qui compte une dizaine de collaborateurs, la possibilité de partager leurs besoins et leurs expertises. L'aboutissement de cette AFNOR Spec permettra aux start-ups, aux TPE et aux PME d'améliorer l'éco-conception de leurs produits de manière autonome sur la base d'une méthodologie fiable, robuste et financièrement accessible”, a commenté François Arduin, PDG du Laboratoire Phytéma et membre du Consortium Green Impact Index.

Les bases du Green Impact Index

Cet outil repose sur le recours aux normes et aux référentiels officiels en matière d'éco et de socio-conception :

- il s'applique à un grand nombre de familles de produits de soin et de bien-être, allant des cosmétiques aux compléments alimentaires en passant par la santé familiale ;
- il intègre aussi bien les impacts environnementaux que sociaux des produits ;
- il intègre des critères sur la base de labels et de référentiels officiels, une démarche plus globale que l'analyse du cycle de vie des produits (ACV) ;
- il s'appuie sur une première version lancée en juin 2021 et qui s'applique déjà à plus de 2700 produits commercialisés en France et à l'international.

“Le Green Impact Index est un outil multi-critères. Au-delà de l'impact carbone, il intègre les enjeux sociaux ainsi que de biodiversité et de naturalité, pour aller vers des produits plus durables. Ainsi, son AFNOR Spec proposera un affichage tenant compte de l'ensemble des enjeux RSE. Nos études montrent que c'est cette approche holistique qui est attendue par les consommateurs, ainsi que de pouvoir comparer les produits grâce à une même méthodologie utilisées par plusieurs marques”, a souligné Séverine Rouillet Furnemont, Directrice Développement Durable Green Mission Pierre Fabre et co-pilote du projet de l'AFNOR SPEC Green Impact Index.

L'AFNOR Spec

Le Consortium indique que l'AFNOR Spec est un document de référence élaboré par un collectif d'acteurs réunis sous la direction d'AFNOR Normalisation. Le temps de rédaction du document est en général court (de 3 à 6 mois). La durée de vie d'une AFNOR Spec est de trois ans, ce qui lui donne le temps de faire ses preuves et de servir de base à l'élaboration d'une norme internationale.

“Nous nous réjouissons d’accompagner des acteurs aussi divers, et de les voir s’unir pour partager leurs besoins et leurs expertises en matière d’éco-conception des produits de soin et de bien-être. La rédaction d’une AFNOR Spec est la garantie d’une démarche ouverte dans le but d’atteindre un consensus entre experts. Elle permettra à ce groupe de travail de franchir le premier palier d’une future norme”, a ajouté Chloé Fortin, Cheffe de Projet Normalisation - AFNOR Normalisation.

Les membres du Consortium

- **Fabricants de produits cosmétiques et de compléments alimentaires** : Arkopharma, Aroma-zone, Biocodex, Laboratoire ODOST (Buccotherm), Green Family (Love & Green), Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, Groupe Rocher, Ladrôme Laboratoire, Léa Nature, Naturactive, Phytéma Laboratoire
- **Fabricants d’ingrédients cosmétiques** : BASF, DSM, Groupe Berkem
- **Maison de composition de parfums** : TechnicoFlor
- **Fédérations et syndicats professionnels** : Cosmebio (566 adhérents), Cosmed (997 adhérents), Synadiet (280 adhérents), Aspa Ingreco (46 adhérents) • **Pôle de compétitivité** : Innov’Alliance (440 adhérents dans les domaines de l’agroalimentaire, des compléments alimentaires et ingrédients en santé, de la cosmétique et des parfums et arômes)
- **Bureau d’études** : DuraConsult, Ecoeff Lab, Laboratoire Scanae
- **Structure académique** : Université de Nantes

INTRODUCTION À LA COSMÉTIQUE RÉGÉNÉRATRICE

Et si l'industrie de la beauté rendait plus à la nature que ce qu'elle lui prend ? C'est à partir de ce postulat que R3 Imaginable, cabinet spécialisé dans l'accompagnement RSE, a théorisé le concept de cosmétique régénératrice. Pour l'agence, ce modèle d'économie circulaire se pose comme une solution viable et durable aux enjeux environnementaux. R3 Imaginable a publié un dossier, en collaboration avec le CEW et Bpifrance, pour en présenter les bases.

“Le rapport du GIEC et celui de l’UICN sont unanimes : il nous reste 10 à 15 ans pour changer en profondeur. Une nanoseconde à l’échelle de la Terre, à peine une génération à l’échelle humaine”, commente Thomas Busuttil, Fondateur de R3 Imaginable. “Le concept de régénération est né de ce constat d’urgence. De cette nécessité absolue de repenser et de recréer notre avenir si nous ne voulons pas que la nature se charge de nous rappeler les règles impérieuses d’équilibre. Conscients du niveau d’ambition très élevé inhérent à ce concept, nous avons souhaité vous expliquer ce qu’il implique pour les entreprises, mais aussi vous donner des clés méthodologiques et pratiques à utiliser”.

Les bases

Aujourd'hui, la planète fait face à de nombreuses problématiques environnementales et sociétales comme :

- la pollution des fleuves et des océans,
- l'agriculture intensive et la dégradation des sols,
- le dérèglement climatique,
- la mise en péril de la biodiversité,
- les inégalités sociales,
- la surconsommation.

“L’ensemble de ces enjeux a conduit à l’émergence du concept de régénération. Un idéal légitime, évident et pertinent puisqu’il questionne le positionnement de l’homme comme espèce prédatrice et utilitariste dans son rapport à la nature”.

De la responsabilité à la régénération

Dans son étude, R3 Imaginable montre que la RSE a évolué au cours des 30 dernières années. Trois grands types d'entreprises ont émergé.

La responsable

“Elle renforce sa résilience en s’assurant une conformité avec la législation, exploite les actions relativement peu engageantes structurellement parlant et poursuit son développement commercial sans modification profonde”.

La contributive

Elle met en place des actions qui dépassent son propre et simple intérêt économique. Ses contributions, peu importe leur nature, font partie intégrante d'une politique interne.

La régénératrice

Elle fait en sorte de neutraliser ses effets négatifs et de maximiser ses contributions (dans toutes ses actions). Elle reconnaît faire partie d'un tout avec la nature et la société dont il est essentiel de respecter l'équilibre. À chaque nouveau projet, elle essaye de faire la liste de tous ses impacts sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Comment s’y mettre ?

Selon le cabinet R3 Imaginable, pour devenir une entreprise régénératrice, il est nécessaire de suivre plusieurs engagements (de manière cumulative).

La transparence et la co-construction

Alors que 78 % des consommateurs scrutent les listes INCI, la transparence n’est plus une option. Selon l’agence, *“cette notion constitue le point de départ de la réflexion”*.

La régénération des ressources

L’objectif est de rendre la culture des matières premières la plus durable possible. Pour cela, R3 Imaginable conseille de se pencher sur des systèmes qui permettent la restauration. *“Les biotechnologies sont une illustration parfaite de cette idée”*.

L’innocuité holistique

Une marque de beauté qui entend devenir pleinement régénératrice se doit de considérer son innocuité dans son ensemble. Cela comprend à la fois la sécurité des produits, l’impact environnemental et sociétal.

L’empowerment

Cela consiste à redonner des capacités et des compétences à des personnes impliquées dans la chaîne de valeur.

La création de valeur partagée

Il s’agit de générer de la valeur économique d’une manière qui profite aussi à la société.

La satiété et le bien-être

Less is more. Selon R3 Imaginable, un changement n’est possible que si l’on arrive à maîtriser nos vrais besoins. Un challenge pour une industrie dont l’offre est pléthorique.

“Cette nouvelle économie, appliquée au secteur de la cosmétique, montre que nous pouvons rompre avec l’ancien temps. Cette ambition est en fait l’incarnation de notre futur dans ce qu’il a de plus souhaitable. Car elle aligne le modèle financier des entreprises avec l’avenir de la planète et de la société en général”, conclut R3 Imaginable.

L'ÉCOTOXICOLOGIE DES INGRÉDIENTS COSMÉTIQUES, ENTRE MYTHE, SCIENCE ET RÉGLEMENTATION

Comment évaluer la réelle écotoxicité des ingrédients cosmétiques et leurs effets sur l'environnement ? Comment mesurer leur biodégradabilité, leur persistance, faire changer une classification harmonisée excessive actée par la réglementation ou lutter contre les idées reçues qui circulent sur Internet ? Lors du Congrès Parfums & Cosmétiques de la Cosmetic Valley qui s'est tenu à Chartres les 6 et 7 novembre 2019, Paul Thomas, éco-toxicologue de Cehtra, a montré, en cinq exemples, comment faire la part des choses entre mythe, science et réglementation... n'est pas simple.

Le sujet a beau être au cœur des préoccupations du moment, tant du grand public que des autorités politiques, il est aussi vrai qu'il navigue encore un peu en eaux troubles, et qu'arriver à une certitude sur la réelle écotoxicité d'une substance n'a rien d'un long fleuve tranquille.

Paul Thomas l'a illustré en cinq cas pratiques, chacun introduit par une question d'actualité.

Le dilemme de la biodégradabilité des mélanges

Question : mon produit cosmétique est-il biodégradable ?

La notion de biodégradabilité s'est affirmée au début des années 70, avec un ensemble d'études simples mais rigoureuses destinées à vérifier que les substances relarguées dans l'environnement ne pouvaient pas être bioaccumulables et avoir d'effets à long terme.

La facilité de la biodégradation d'une substance est évaluée selon deux critères :

- elle doit être biodégradée à 60 % en 28 jours ;
- une fois le seuil des 10 % atteint, elle doit être biodégradée à 60 % en 10 jours.

Dans ce cas, on considère que :

- 60 % de la substance est minéralisée et se décompose en gaz carbonique et en eau,
- de 10 à 30 % est incorporé dans la biomasse, et est utilisé par les bactéries pour assurer leur croissance,
- la partie restante, plus "récalcitrante," ne se dégrade pas rapidement, mais est trop minime pour être considérée comme bioaccumulable ou toxique...

"Ces seuils ont été établis pour les substances individuelles", a précisé Paul Thomas. "Mais qu'en est-il pour les mélanges, alors que dans les formulations, chaque constituant a sa propre biodégradabilité ?"

Il est assez clair que les critères valables pour les substances individuelles ne sont pas applicables aux mélanges.

Imaginons un produit fini fabriqué à raison de 1000 tonnes par an :

- 90 % du produit est facilement biodégradable,
- 10 % ne l'est pas du tout et est vP (very Persistent).

Conséquence : 100 tonnes par an sont non-biodégradables, potentiellement bioaccumulables et toxiques pour l'environnement.

Le problème est donc de savoir où il faut placer le seuil pour décider qu'un produit cosmétique est facilement biodégradable (60 % ? 70 % ? 100 % ?) et comment on peut le déterminer.

Selon Paul Thomas, il n'y a pas de solution parfaite, mais on peut en imaginer deux.

- **La solution bibliographique**, quand elle peut indiquer le statut de biodégradabilité de toutes les substances présentes dans le produit fini.

Si toutes sont facilement biodégradables, le produit fini est logiquement facilement biodégradable.

Dans le cas contraire, mieux vaut afficher une biodégradabilité à X %, avec X étant le pourcentage de masse non biodégradable des ingrédients.

• **La solution expérimentale**, par l'analyse de la minéralisation et de la biomasse du mélange. Proposée par Cregut, M., Bedas, M., Assaf, A. et al. (**Environ Sci Pollut Res (2014) 21: 9538**), elle peut être effectuée grâce à un automate permettant la mesure automatique et l'établissement d'un bilan carbone pour quantifier la minéralisation du produit et son intégration dans la biomasse.

“Forcément, ça coûte un peu plus cher que le calcul,” a reconnu Paul Thomas, *“mais on obtient un résultat plus convaincant”*.

La reclassification harmonisée du Limonene

Question: est-il facile de déclassifier une substance ?

Le limonène a été classé Aquatic Acute 1 et Aquatic Chronic 1 (très toxique pour les organismes aquatiques, entraîne des effets néfastes à long terme) sur la base de données à court terme. Mais l'EFEO (European Federation of Essential Oils) et l'IFEAT (International Federation of Essential Oils and Aroma Trades) ont entrepris de faire changer la classification de la toxicité chronique sur la base de données à long terme.

Cela peut se faire en trois étapes :

- étape 1: réaliser trois études d'écotoxicité chronique (sur poissons, daphnies et algues) et une étude montrant la facile biodégradabilité,
- étape 2 : trouver un État membre qui reprend ces données pour préparer un dossier HCL (Harmonised Classification and Labelling) de classification harmonisée,
- étape 3 : attendre que cet État membre porte ce dossier à l'ECHA, qu'il soit évalué par son Comité d'Évaluation du Risque et que celui-ci valide le changement de classification...

Un parcours long... et semé d'embûches

Pour le Limonene, l'histoire a commencé en 2013 : les études plaidaient alors pour la classification Aquatic Acute 1 / Aquatic Chronic 1. D'autres études ont été confiées à plusieurs laboratoires, en tenant compte du fait que le limonène a toutes les caractéristiques ce que qu'on appelle une “substance difficile”: volatilité importante, faible solubilité, fort potentiel d'adsorption... Autre écueil : l'étude qui doit être faite sur les poissons n'est pas possible dans le contexte cosmétique, à moins d'une autorisation exceptionnelle accordée par l'ECHA. Elle a donc été remplacée par une étude sur des embryons de poissons, qui ne sont pas considérés comme des animaux vertébrés.

• **2014** : Les premiers résultats des études chroniques sur les daphnies arrivent... mais ils sont négatifs, avec une perte de la totalité de la substance dès le 12^e jour dans toutes les solutions. En cause : une bactérie qui dégradait la substance en deux à trois jours.

La méthodologie du stock et de la préparation des solutions de test a donc été revue, un laboratoire d'analyse plus performant a été chargé des nouvelles études.

• **2015** : Les études sur les algues et les poissons sont elles aussi terminées, cette fois avec des résultats positifs.

• **2016** : Troisième étude chronique sur daphnies, et des résultats acceptables malgré encore de sérieuses pertes de substances dans les solutions.

• **2018** : Ces résultats permettent à l'industrie d'avoir les arguments pour une demande d'allègement de la classification en Aquatic chronic 3, qui est accepté par les Pays-Bas, l'État membre en charge de la CLH.

• **2019** : le RAC accepte de valider l'étude court terme sur les embryons de poissons, reconnaît la facile biodégradabilité du limonène, et accepte de reclassifier la substance en Aquatic Acute 1 / Aquatic Chronic 3 (en autres modifications dans d'autres champs de la classification).

Conclusion : non, il n'est pas facile de parvenir à faire changer la classification d'une substance. Pour le limonène, il a fallu 6 ans et plus de 100 000 € pour y parvenir. Et mieux vaut ne pas y aller à l'économie avec des études de biodégradabilité de moindre qualité, a souligné Paul Thomas, sous peine de les voir refuser par le RAC et de tout perdre en fin de parcours !

Le statut PBT/vPvB des siloxanes

Question : les siloxanes sont-elles bioaccumulables dans l'environnement, au point persister dans les organismes aquatiques jusqu'à mener à leur mort ?

Du point de vue de la réglementation, les D3 (Cyclotrisiloxane), D4 (Cyclotetrasiloxane), D5 (Cyclopentasiloxane) et D6 (Cyclohexasiloxane) sont répertoriées en tant que PBT / vPvB (Persistant, Bioaccumulable et Toxique / très Persistant, très Bioaccumulable) avec des limitations en concentration à 0,1 % dans les produits à rincer déjà actées pour le 31 janvier 2020 et à l'étude pour les produits sans rinçage... Et d'autres siloxanes sont en cours d'évaluation dans le cadre du CoRAP.

Du point de vue scientifique, les siloxanes sont présentes en concentrations significatives dans de nombreux produits cosmétiques : shampoings et après-shampoings pour adultes (D3, D4, D5, D6), shampoings et gels lavants pour enfants (D3), après-rasages et lotions corporelles pour adultes (D5, D6), crèmes pour le visage (D5, D6). Soit beaucoup de produits à rincer, susceptibles d'être rejetés dans les systèmes d'épuration et éventuellement dans l'environnement. Alors que les siloxanes sont produites en tonnages importants, que leur solubilité dans l'eau est généralement très faible et que leur biodégradabilité est très lente... Elles sont en revanche en concentrations moins importantes dans les crèmes pour les mains, les hydratants pour bébés et jeunes enfants, les déodorants et antitranspirants, les savons solides, les dentifrices, les mousses et gels de rasage...

Dilution trophique ou magnification ?

Une **étude de 2012** montrait déjà un phénomène de biomagnification, processus par lequel les taux de certaines substances croissent à chaque stade du réseau trophique (chaîne alimentaire), pour les D4, D5 et D6.

Mais **une autre étude de 2018** concluait, elle, à un processus de dilution trophique pour ces mêmes siloxanes.

La raison de cette divergence ? L'étude qui a montré une dilution n'a pas pris en compte le fait que les substances pouvaient se biotransformer, ce qui change beaucoup les résultats.

"Ce que montrent les données disponibles est en fait plutôt un potentiel de biomagnification, ce qui n'est cependant pas une preuve définitive d'une bioaccumulation dans la chaîne alimentaire", a commenté Paul Thomas.

Sa conclusion : si on prend en compte le risque de biomagnification, la D4 est T, mais pas B, les D5 et D6 sont P, mais pas B... Ce ne serait donc pas réellement des PBT / vPvB, comme le dit la réglementation...

Les filtres UV et leurs effets sur les coraux - l'Octocrylene

Question : l'Octocrylene est-il nocif pour les coraux, comme le prétendent de nombreux sites Internet ?

Ce filtre UV est produit dans des tonnages allant de 1000 à 10 000 tonnes par an. Il est suspecté d'être PBT/vPvB.

En 2019, une étude chronique sur des daphnies a mené à sa classification H410 (Très toxique pour les organismes aquatiques, entraîne des effets néfastes à long terme).

D'un point de vue scientifique, la substance est facilement biodégradable et a un facteur de biomagnification très faible.

Une étude de 2019 (Fel et al.) a montré une absence d'effet de concentration et d'impact sur les coraux, ce qui est en contradiction avec la dernière étude chronique sur les daphnies qui a mené à sa classification T.

Conclusion de Paul Thomas :

- la substance est-elle persistante ? *“Les deux études de biodégradabilité sur lesquelles se base la classification ne sont pas forcément les meilleures”...*
- est-elle bioaccumulable ? *“Les études se sont basées sur les des situations de ‘pire cas”.*
- est-elle toxique ? *“Les données sont contradictoires...”*

Les filtres UV et leurs effets sur les coraux – le Zinc oxide

Question : la forme non-nano de l'oxyde de zinc est-elle respectueuse des coraux, comme l'affirment certains sites web ?

L'oxyde de zinc est classé H400 (Très toxique pour les organismes aquatiques) et H410 (Très toxique pour les organismes aquatiques, entraîne des effets néfastes à long terme).

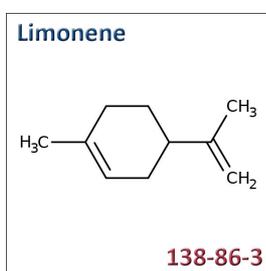
Une **première étude** sur la forme nano a montré un effet délétère de l'oxyde de zinc non enrobé sur les coraux, mais elle n'a duré que 48 h et la dose testée était au-dessus du seuil de solubilité.

Une **autre étude** sur la forme non-nano, effectuée avec une dose inférieure au seuil de solubilité sur 35 jours, a abouti à la même conclusion.

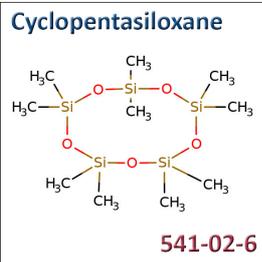
Conclusion : les données chroniques montrent qu'il y a effectivement une écotoxicité du Zinc oxide, qu'il soit sous forme nano ou non. La toxicité venant davantage de la quantité de substance solubilisée dans l'eau que de sa forme nano ou non.

Et qu'il y a encore un long chemin à parcourir avant que l'écotoxicologie des ingrédients et des produits cosmétiques soit bien comprise et appréhendée par les différentes parties prenantes...

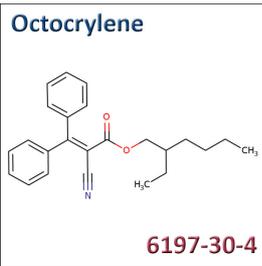
Les ingrédients associés



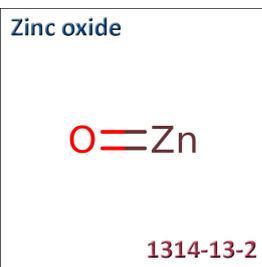
Limonène



Cyclopentasiloxane



Octocrylène



Oxyde de zinc

BIODÉGRADABILITÉ, ÉCOTOXICITÉ : COMMENT ANTICIPER L'IMPACT DES INGRÉDIENTS COSMÉTIQUES SUR L'ENVIRONNEMENT

C'est dans l'air du temps, et on s'inquiète de plus en plus des impacts négatifs des ingrédients et des formules cosmétiques, particulièrement des produits rincés et des produits solaires sur les milieux aquatiques. Lors des Cosmetic Days organisés par Cosmed les 10 et 11 juin 2021, Cyril Durou, écotoxicologue au sein de la société de conseil et de services CEHTRA, est venu préciser quelques notions fondamentales et présenter les outils à mettre en œuvre pour procéder à cette évaluation.

La biodégradabilité est une mesure de la transformation des ingrédients, par des micro-organismes, en produits de dégradation, voire en produits ultimes comme le dioxyde de carbone ou l'eau.

L'écotoxicité, elle, s'intéresse aux effets des ingrédients sur les organismes de la flore et de la faune de l'environnement, quels que soient les compartiments considérés : aquatiques, sédimentaires ou sols.

“Pour évaluer ces deux paramètres, il faut d'une part connaître la composition qualitative et quantitative de la formule et d'autre part les propriétés des ingrédients”, a indiqué d'entrée Cyril Durou.

Et cette évaluation est plus que jamais d'actualité dans le contexte réglementaire actuel, de plus en plus “vert”.

Le Green Deal européen

Les premières réglementations européennes sur les produits chimiques datent des années 60 et comptent aujourd'hui environ 40 textes, dont le Règlement sur les produits cosmétiques.

Le **“Pacte vert pour l'Europe”**, qui comprend une Stratégie Chimique Durable et un plan d'action “Zéro pollution”, est une feuille de route destinée à transformer l'économie, la rendre durable et climatiquement neutre.

Cette nouvelle vision pour la politique chimique va avoir de nombreux impacts, puisqu'elle se propose :

- d'étendre l'approche de la gestion de risque classiquement utilisée, par exemple dans REACH, pour la rendre applicable de façon plus large,
- de mettre à jour les critères d'identification des propriétés de perturbation endocrinienne qui sont aujourd'hui définies pour les produits biocides et phytosanitaires, mais qui ont vocation à être généralisés,
- d'évaluer les mélanges non intentionnels dans REACH, notamment les substances complexes comme des extraits de plantes,
- de proposer, dans le contexte du Règlement CLP, des classes et des critères de danger pour la toxicité environnementale, la persistance, la mobilité et la bioaccumulation pour les substances et les ingrédients,
- de simplifier les évaluations de sécurité selon le principe “Une substance, une évaluation”, pour éviter qu'une substance évaluée dans le cadre d'un instrument législatif le soit parallèlement dans le cadre d'un autre.

Cette stratégie est la réponse européenne aux préoccupations vis-à-vis des impacts environnementaux des produits de consommation, qui sont nombreuses et comprennent :

- les rejets dans l'environnement (rejets directs, par exemple des produits solaires dans les eaux de baignade, ou rejets indirects, par exemple des produits rincés),
- la persistance des substances chimiques de l'environnement (la durée nécessaire à une substance, une fois émise dans l'environnement, pour être biodégradé),
- la bioaccumulation (dans les organismes biologiques, mais aussi dans la chaîne trophique avec un risque potentiel pour les consommateurs),

- la toxicité pour les espèces aquatiques,
- les préoccupations croissantes vis-à-vis de certains ingrédients cosmétiques qui défrayent parfois la chronique,
- la mobilité, un critère qui n'est pas encore réglementairement défini, mais qui est amené à être considéré ultérieurement, notamment via la mise en place de critères d'identification des substances toxiques pour l'environnement (critères PBT et critères des substances persistantes et mobiles dans le contexte du règlement CLP).

Les labels écologiques

Ils peuvent représenter, par les référentiels qu'ils imposent de respecter, une solution pour être sûr d'éviter ces différents impacts. Il **en existe plusieurs**.

L'Écolabel européen

Il concerne les produits cosmétiques à rincer et n'est donc pas applicable aux produits solaires. Il a été mis en place en 2014 et **prend en compte un certain nombre de critères**, pour la formule et plus largement pour le produit (avec son packaging).

Pour la formule, notamment :

- le volume critique de dilution, calculé par une formule mathématique, qui permet d'obtenir le volume d'eau nécessaire pour diluer le contenu actif d'une formule à un niveau qui n'entraîne pas d'effets néfastes pour l'environnement aquatique ; il suppose de connaître les ingrédients présents dans la formule et leurs propriétés, notamment de dégradation, de toxicité aquatique et de toxicité aquatique chronique ;
- la biodégradabilité, notamment des tensioactifs présents dans la formule cosmétique.

Il prévoit aussi une liste de substances soumises à restriction ou interdites.

Le Nordic Swan (ou cygne blanc)

Mis au point par les pays nordiques, il impose des requis semblables à ceux de l'Écolabel européen, mais s'applique à toutes les catégories de produits cosmétiques, y compris les produits solaires.

Lui aussi impose la connaissance de la composition qualitative et quantitative des formules, des critères concernant la biodégradabilité, la bioaccumulation et la toxicité aquatique en plus de critères spécifiques à certains types de produits (concernant la toxicité aquatique et la bioaccumulation pour les filtres UV, la biodégradabilité pour les tensioactifs, la bioaccumulation pour les colorants...).

Les données dont il faut disposer

La satisfaction de ces critères requiert bien évidemment des données.

Pour en disposer, on peut explorer :

- les sources secondaires, notamment les fiches de données de sécurité ou les bases de données publiques, qui, cependant, si elles restituent des données, n'indiquent pas forcément les détails de la méthode utilisée pour les générer ;
- les sources primaires que sont la littérature scientifique ou les rapports d'études, de tests ou de prédictions QSAR (Quantitative Structure Activity Relationship, outils de modélisation mathématiques qui permettent de prédire des propriétés de toxicité ou de bioaccumulation) qui permettent une revue critique et une évaluation complète. Car l'évaluation de la pertinence des données, de leur fiabilité et de leur adéquation avec l'évaluation à effectuer sont des critères importants.

La biodégradabilité des ingrédients

Il y a plusieurs types de biodégradabilité : on peut parler de biodégradabilité facile, de biodégradabilité intrinsèque, etc.

Elle est étudiée selon des tests standards, par exemple les lignes directrices d'essais pour la biodégradabilité de l'OCDE.

Les essais de “biodégradabilité facile” s’attachent à déterminer si l’ingrédient ou la substance va rapidement se dégrader dans l’environnement aquatique. Ils ne s’intéressent pas forcément à ce en quoi ils se dégradent, mais seulement à définir si cette dégradation sera rapide ou non.

La “biodégradabilité intrinsèque” vient en deuxième niveau, avec un test qui utilise un inoculum un peu plus concentré.

Les essais consistent à placer une substance ou un ingrédient dans un milieu minéral avec un inoculum biologique (qui n’est pas standardisé et peut venir d’eau de rivière ou de stations d’épuration), puis de mesurer des paramètres non spécifiques comme la consommation d’oxygène ou la formation de dioxyde de carbone. Ces indicateurs permettent d’évaluer la biodégradabilité de la substance d’essai. Des seuils stricts sont définis, qui doivent être atteints au terme de 28 jours, dix jours après le dépassement de 10 % de biodégradation observée (en dessous de 10 %, on considère qu’il n’y a pas de biodégradabilité du tout).

La notion de “facilement biodégradable” que l’on retrouve dans les fiches de données de sécurité correspond ainsi à une définition précise suivant des tests standardisés (alors que les termes “complètement biodégradable” ou “totalement biodégradable” ne signifient rien et ne sont pas exploitables en termes d’évaluation de la biodégradabilité).

À noter que l’évaluation de la persistance, qui est définie par des demi-vies pour les compartiments aquatiques, sédimentaires et sols dans le contexte REACH, nécessite des études très poussées qui sont rarement disponibles (à l’exception de substances extrêmement riches en données comme c’est le cas de certains filtres UV). A défaut, on peut s’appuyer sur les essais de biodégradabilité facile, une substance “facilement biodégradable” étant considérée comme n’étant pas persistante pour l’environnement.

À noter également que pour les substances inorganiques, la biodégradabilité n’est pas applicable. Par définition, elles ne contiennent pas de carbone organique et ne peuvent pas être biodégradées. On s’intéressera davantage à l’espèce chimique sur laquelle ils se trouveront dans l’environnement.

La biodégradabilité de la formule

On peut s’interroger sur l’opportunité de faire un test sur une formule plutôt que faire un calcul par ingrédient.

Mais le CLP indique clairement que les essais de dégradabilité des mélanges ne sont pas utilisés car ils sont généralement difficiles à interpréter et n’ont de sens que pour les substances prises isolément. Toutes les méthodes d’essai standardisées sont ainsi développées pour des substances pures ou des mélanges non intentionnels, il n’en existe pas pour les mélanges intentionnels.

L’approche pour l’évaluation d’une formule cosmétique se base donc sur l’évaluation de la biodégradabilité des ingrédients organiques contenus dans cette formule. On calcule ainsi un pourcentage de biodégradabilité d’une formule hors eau et ingrédients inorganiques.

L’écotoxicité

Le fait qu’une substance soit “facilement biodégradable” ou “rapidement biodégradable” ne l’exempte pas de toute préoccupation. Il faut aussi prendre en compte l’écotoxicité.

Et on connaît quelques exemples de substances facilement biodégradables, mais qui sont assorties soit d’une classification de danger et de toxicité aiguë pour l’environnement, soit d’une évaluation pour des propriétés de perturbation endocrinienne. C’est le cas du Zinc gluconate (Aquatic Acute 1 - H400 ; Chronic 1 - H410), du 2-ethylhexyl salicylate, un filtre UV, ou de parabènes, qui sont en cours d’évaluation PE dans le CoRAP.

Au-delà d'une évaluation de la biodégradabilité des ingrédients d'une formule, il est donc nécessaire d'intégrer d'autres paramètres écotoxicologiques (bioaccumulation, écotoxicité aquatique...).

Les outils de l'évaluation

Il n'existe pas d'outil quantitatif d'évaluation standardisé, mais on trouve souvent des initiatives d'industriels, comme L'Oréal ou BASF, qui proposent des outils intégrant plusieurs propriétés comme la biodégradabilité ou l'écotoxicité, de façon à définir un indicateur de l'impact environnemental d'une formulation.

Exemple : l'**EcoSun Pass** est un outil d'évaluation mis au point pour mesurer les caractéristiques éco-friendly d'une formulation solaire. Il intègre un certain nombre de propriétés : biodégradabilité, toxicité aquatique aiguë, toxicité aquatique chronique, bioaccumulation, mais également toxicité pour les espèces sédimentaires et terrestres. Il applique un système de scoring en fonction des valeurs que présentent les ingrédients (notamment les filtres UV) vis-à-vis de ces différents critères.

CEHTRA a de son côté développé un système d'alerte reprenant les différentes propriétés environnementales (biodégradation, toxicité aquatique aiguë, toxicité aquatique chronique, bioaccumulation). Il se base sur les critères fournis dans des réglementations comme le Règlement CLP, ou les critères d'identification de propriétés de persistance et du PBT dans le contexte REACH. En fonction de ces critères, il indique un niveau d'alerte, allant d'une "absence d'alerte" (sous réserve que les données soient disponibles, fiables et pertinentes par rapport à l'évaluation effectuée), à une "alerte très forte" (qui correspond en général à une substance remplissant les critères d'une substance extrêmement préoccupante), en passant des "alertes faibles ou fortes".

Le système met aussi en évidence des alertes lorsque les données sont manquantes ou insuffisantes, ce qui empêche de mener une évaluation de bioaccumulation ou de toxicité aquatique.

L'outil peut aussi intégrer des critères sur les propriétés de perturbation endocrinienne et permet de générer automatiquement des avis sur les formules soumises à analyse en fonction de certains ingrédients. CEHTRA l'utilise aujourd'hui principalement pour des produits rincés ou des solaires, mais il est également applicable pour d'autres catégories de produits.

Les points clés d'une bonne évaluation

En conclusion, Cyril Durou a rappelé les quelques règles de base pour des évaluations performantes :

- assurer la qualité de ses sources d'informations en organisant une veille pour collecter et compiler les données sur les ingrédients, organiser et évaluer ces données ;
- choisir des outils quantitatifs d'évaluation, en définissant ses priorités environnementales ;
- gérer le manque de données, par exemple en appliquant une pénalité (puisque l'absence de données ne signifie pas absence de préoccupations) ;
- ne pas négliger les critères et les propriétés fondamentales que sont la biodégradation, la bioaccumulation et l'écotoxicité des ingrédients.

Et tout cela est loin d'être inutile, puisqu'au regard de l'évolution réglementaire et du plan d'action "zéro pollution", il est vraisemblable qu'on va connaître prochainement des évolutions dans la prise en compte de la biodégradabilité et de l'écotoxicité pour l'évaluation de la sécurité des produits cosmétiques.

IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX : COMMENT BIEN CHOISIR SES INGRÉDIENTS

Quels ingrédients faut-il utiliser dans le cadre de l'écoconception d'un produit ? Quels critères faut-il retenir pour les choisir ? Comment minimiser l'impact environnemental d'un produit grâce à des choix pertinents au niveau des ingrédients ? Lors de la JEST (Journée d'Échanges Scientifiques et Techniques) organisée par Cosmed le 24 septembre 2021, Céline Génot, d'Ecocert, est venue donner les axes stratégiques pour faire les bons choix.

“Pour bien comprendre l'impact d'un ingrédient, il faut regarder son image globale, c'est à dire prendre en compte tout son cycle de vie, en se rappelant que l'impact environnemental d'un ingrédient se définit à chacune de ses étapes, mais aussi que les choix qui sont fait à une étape peuvent engendrer des impacts sur une autre, et qu'il faut veiller à limiter les transferts d'impact négatif d'une étape à l'autre”, a introduit Céline Génot.

Les choix aux différentes étapes du cycle de vie d'un ingrédient

L'oratrice a donc détaillé les six étapes clés du cycle de vie d'un ingrédient.

Le sourcing des matières premières

Les gros enjeux de cette étape sont liés à la durabilité. Parmi les choix à effectuer :

- des ressources renouvelables en lieu et place de la pétrochimie,
- des matières premières naturelles issues d'un mode de production durable, comme l'agriculture biologique qui permet de respecter la biodiversité, la qualité des sols et de l'eau,
- des modes de culture qui ne nécessite qu'une consommation d'eau réduite,
- un sourcing éthique, respectueux du bien-être animal et des conditions de travail des êtres humains.

La fabrication de l'ingrédient

Une fois les matières premières sourcées, elles doivent être transformées pour produire l'ingrédient final. Les points de vigilance à cette étape :

- l'économie d'atomes (selon les principes de la chimie verte),
- l'économie d'énergie,
- le choix des solvants et auxiliaires utilisés durant ce processus.

Le transport

Selon la distance à parcourir, cette étape peut :

- générer plus ou moins d'émissions carbone,
- consommer plus ou moins d'énergie.

La formulation du produit fini

À cette étape, le cycle de vie de l'ingrédient croise celui du produit. Avec son incorporation dans la formule, s'ajoute une myriade de contraintes :

- le respect du cahier des charges, qui inclut aussi des exigences en termes de coût, d'efficacité et de sensorialité du produit,
- la prise en compte des synergies et des interactions potentielles de l'ingrédient avec les autres ingrédients de la formule.

L'utilisation du produit

Pour l'étape où le consommateur utilise le produit fini, il faut s'assurer que l'ingrédient qui y a été incorporé :

- ne compromet pas la sécurité du consommateur,
- n'a pas ou peu d'impact sur la consommation d'eau, particulièrement d'eau chaude pour les produits rincés.

La fin de vie de l'ingrédient

Quand le produit est rincé ou lavé, l'ingrédient va se retrouver dans le réseau de traitement des eaux usées, ou, dans le cas des filtres solaires, parfois directement dans les océans ou les cours d'eau. Il est primordial pour cette étape de sélectionner des ingrédients :

- dont la biodégradabilité est importante,
- dont la toxicité aquatique est la plus faible possible.

Et c'est d'autant plus important dans les pays qui ne disposent pas d'un système de traitement des eaux usées bien développé.

"Il y a donc un très grand nombre de critères sur lesquels on peut agir pour minimiser l'impact d'un ingrédient sur l'environnement, ce qui rend le choix parfois difficile", a noté Céline Génot.

Complexité et limites de l'approche globale

La multiplicité des impacts environnementaux d'un ingrédient oblige parfois à tenter de déterminer le meilleur équilibre de l'ensemble.

Céline Génot a illustré son propos avec l'exemple de la glycérine, en effectuant un comparatif sur trois sources différentes au regard de trois critères : les émissions de carbone, la surface utilisée pour la culture nécessaire à l'extraction de la matière première et l'utilisation de ressources fossiles.

Glycérine	Émissions carbone	Surface cultivée	Utilisation de ressources fossiles
Issue de soja brésilien	Red	Yellow	Green
Issue de colza européen	Green	Red	Yellow
D'origine synthétique	Yellow	Green	Red

Dans cet exemple, on voit qu'aucune de ces trois glycérines ne se distingue vraiment des autres. La glycérine synthétique est forcément issue de ressources fossiles, mais les glycérines naturelles sont soit sources d'émissions de carbone dans le cas du soja brésilien, soit réquisitionnent des surfaces de cultures importantes dans le cas du colza européen, dont les rendements sont relativement faibles.

"On a donc un choix compliqué à faire", a commenté Céline Génot. "Mais dans ce cas, on peut aussi envisager une glycérine issue de la production de biocarburants puisque le glycérol peut être un sous-produit de la production de biodiesel. On serait alors dans une démarche de revalorisation".

Cet exemple met en lumière l'importance de faire les bons choix, une origine naturelle ne garantissant pas toujours un impact environnemental moins important que celui d'une molécule synthétique ou issue de la pétrochimie.

Il faut donc se poser les bonnes questions au moment de sélectionner un ingrédient d'origine naturelle. Et Céline Génot a proposé les axes d'approche à privilégier.

Un approvisionnement durable

Il peut être assuré par plusieurs moyens.

L'agriculture biologique

Elle permet :

- de préserver la fertilité des sols, en mettant en place une rotation des cultures et des jachères pour leur laisser le temps de régénérer leurs nutriments,
- de préserver la qualité de l'eau et la biodiversité, en restreignant les intrants utilisés, les pesticides, les engrais et les traitements toxiques,
- de favoriser le recyclage avec l'utilisation, par exemple, de compost,
- de prévenir la pollution de l'atmosphère...

Par principe de précaution, elle interdit également le recours aux OGM.

“L'agriculture biologique est donc un axe à privilégier pour le sourcing des matières premières. C'est pour cela que dans le référentiel Cosmos, 95 % des ingrédients d'origine végétale doivent être issus de l'agriculture biologique pour obtenir le grade de certification Cosmos Organic”, a commenté Céline Génot.

La certification RSPO

En ce qui concerne les ingrédients issus de la palme et de l'huile de palme, cette certification apporte des garanties sur des critères environnementaux et sociaux afin d'essayer de limiter autant que possible les impacts négatifs de cette exploitation.

Le commerce équitable

Enfin, pour ajouter une dimension humaine dans les choix d'approvisionnement, des certifications comme celle de Fair for Life garantissent :

- un prix d'achat équitable supérieur au prix du marché,
- un mécanisme de protection pour les producteurs en cas de crise, avec notamment un prix minimum d'achat garanti basé sur les coûts de production,
- des conditions de travail décentes et sûres tout au long de la filière, quel que soit le maillon de la chaîne d'approvisionnement et le pays,
- le renforcement de l'autonomie des producteurs,
- des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement qui vont aussi encourager la transition vers l'agriculture biologique.

La maîtrise des procédés de transformation

Le deuxième axe d'action est de chercher à réduire autant que possible l'impact environnemental du processus de transformation des matières premières. Dans ce cadre, la chimie verte fait figure d'outil de prédilection. Lancée au début des années 90 par les chimistes américains Paul Anastas et John Warner, elle a pour but de concevoir et développer des produits et des procédés chimiques permettant de réduire ou d'éliminer l'utilisation et la synthèse de substances dangereuses.

Rappel de ses 12 principes :

- prévenir la pollution à la source,
- réaliser des économies d'atomes et d'étapes en cherchant notamment à obtenir des rendements de réactions les plus importants possibles,
- concevoir des synthèses moins dangereuses, que ce soit pour l'homme ou pour l'environnement,
- mettre à profit les matières premières renouvelables,
- réduire le nombre de dérivés qui peuvent engendrer des déchets,

- privilégier des procédés catalytiques aux procédés stœchiométriques,
- concevoir des produits chimiques moins toxiques,
- réduire l'utilisation des solvants organiques et des auxiliaires de synthèse,
- réduire la dépense énergétique et favoriser l'emploi d'énergies renouvelables,
- concevoir des produits non persistants dans l'environnement,
- analyser en temps réel pour lutter contre la pollution,
- minimiser le risque d'accidents.

La chimie verte représente actuellement 10 % du chiffre d'affaires du secteur global de la chimie. Le marché des produits cosmétiques bios et naturels, lui, pèse plus de 10 % du marché cosmétique dans la plupart des pays européens.

“On voit qu'on n'est plus sur un marché de niche, mais sur un marché qui se développe. La chimie verte, comme les cosmétiques naturels, sont vraiment des phénomènes qui prennent de l'ampleur”, a souligné Céline Génot, qui a également rappelé que COSMOS a traduit plusieurs principes de la chimie verte dans son référentiel :

- mettre à profit les matières premières renouvelables, de façon à ce que les produits certifiés soient réellement à base d'ingrédients d'origine naturelle, et en n'acceptant qu'une très courte liste d'ingrédients d'origine pétrochimique quand il n'existe pas d'alternative satisfaisante en termes d'efficacité,
- favoriser l'économie d'atomes et d'étapes en instituant un critère sur le rendement de réaction qui doit être supérieur à 50 % sur la dernière étape de fabrication des ingrédients chimiquement transformés,
- encourager la conception de synthèses moins dangereuses avec une liste de procédés autorisés et une liste de procédés refusés quand ils sont jugés trop risqués ou trop polluants,
- promouvoir la conception de produits chimiques moins toxiques et non persistants dans l'environnement, en n'autorisant les ingrédients qui répondent à des seuils définis de toxicité aquatique et de biodégradabilité,
- agir pour la réduction de l'utilisation de solvants organiques et d'auxiliaires de synthèse, en restreignant l'utilisation de substances pétrochimiques.

En conclusion

“Il y a donc un très grand nombre de paramètres sur lesquels on peut agir pour minimiser l'impact environnemental des ingrédients”, a souligné Céline Génot. *“Mais il n'y a pas une seule définition de l'écoconception ni une seule conception de la durabilité. C'est donc à chaque entreprise de choisir les axes d'approches et de mettre en place les critères qui lui conviennent en fonction de ses valeurs, en faisant les compromis pertinents. La solution parfaite n'existe pas, mais pour mettre en place la meilleure, il est important de s'appuyer sur des normes ou sur des standards déjà existants, de se faire accompagner dans cette démarche, et surtout, de la personnaliser”.**

ÉCOCONCEPTION ET EXTRACTION DES INGRÉDIENTS COSMÉTIQUES

L'élaboration d'ingrédients écoconçus est souvent synonyme de nombreux challenges à relever. L'un d'entre eux est de réussir à allier innovation des procédés d'extraction et impact environnemental. Lors de la JEST (Journée d'Échanges Scientifiques et Techniques) organisée par Cosmed le 24 septembre 2021, Frédérique Portolan, de Natur'Insight, a rappelé les bases de l'écoconception et détaillé les procédés sur lesquels s'appuyer pour mieux gérer les impacts environnementaux générés par les processus de fabrication des ingrédients.

Selon l'ADEME (Agence de la transition écologique), l'écoresponsabilité désigne l'ensemble des actions quotidiennes mises en œuvre par un collectif pour limiter les impacts sur l'environnement.

“Initialement considérée comme une tendance ou comme un argument marketing, l'écoresponsabilité est passée d'un ‘Nice-to-Have’ à un ‘Must-Have’. C'est un moyen pour les entreprises de répondre aux attentes des consommateurs qui sont de plus en plus conscients et informés des impacts environnementaux des produits qu'ils achètent. Pour répondre aux attentes des clients, mais aussi face à la pression liée aux différentes lois, que ce soit sur le plan national, européen ou mondial, les entreprises cosmétiques n'ont plus d'autre choix que de s'engager dans leur transition écologique et de choisir des alternatives plus responsables pour concevoir leurs ingrédients”, a commenté Frédérique Portolan.

Impacts environnementaux et écoconception

On définit un impact environnemental comme toute modification qualitative, quantitative ou fonctionnelle de l'environnement, engendrée par un projet ou un produit, de sa conception jusqu'à sa fin de vie.

Ainsi, les impacts environnementaux englobent :

- toute modification de la qualité des milieux naturels,
- les risques pour la santé humaine,
- l'épuisement des ressources naturelles,
- les changements climatiques,
- la pollution de l'air,
- la consommation en eau...

Les différentes définitions de l'écoconception

Au cours des années, différentes définitions ont été élaborées :

- AFNOR ISO 14062 : l'écoconception consiste à intégrer l'environnement dès la conception d'un produit ou d'un service, et lors de toutes les étapes de son cycle de vie ;
- Norme NF X 30-264 : c'est l'intégration systématique des aspects environnementaux dès la conception et le développement de produits (biens et services, systèmes) avec pour objectif la réduction des impacts environnementaux négatifs tout au long de leur cycle de vie à service rendu équivalent ou supérieur ;
- ADEME : c'est une démarche préventive et innovante qui permet de réduire les impacts négatifs d'un produit, service ou bâtiment, sur l'ensemble de son cycle de vie, tout en conservant ses qualités d'usage.

“La définition de l'ADEME est la plus récente et elle sous-tend qu'un produit écoconçu va être le meilleur compromis entre toutes les contraintes de conception et le bénéfice net environnemental attendu par les différentes parties prenantes. Finalement, l'écoconception est le seul outil de l'économie circulaire qui

permet de limiter les déchets et de réduire les ressources avant même l'étape de commercialisation ou de fabrication, ses paramètres étant intégrés dès la conception même de l'ingrédient", a explicité Frédérique Portolan.

Les leviers de l'écoconception des ingrédients

Les chemins d'accès à l'écoconception sont multicritères et s'appuient sur l'analyse complète du cycle de vie de l'ingrédient. Parmi eux :

- la sélection de matières premières renouvelables, sourcées durablement, traçables et dans le respect du protocole de Nagoya,
- le surcyclage ou upcycling des résidus végétaux issus du procédé de fabrication,
- la réduction de l'impact environnemental de l'emballage de l'ingrédient,
- la réduction de l'impact environnemental de l'ingrédient en fin de vie grâce à une meilleure biodégradabilité et une absence d'écotoxicité,
- la réduction de l'impact environnemental des procédés de fabrication en s'appuyant sur les principes de la chimie verte.

Et c'est ce dernier point que Frédérique Portolan a alors développé, puisqu'en choisissant bien son procédé d'extraction, on peut réduire ses émissions carbone, sa consommation d'eau et l'émission de gaz à effet de serre, les solvants toxiques, l'empreinte énergétique...

Réduire les émissions de carbone et de favoriser l'économie circulaire : l'extraction au CO2 supercritique

Le CO2 est un sous-produit de la fabrication de produits chimiques et son piégeage permet son recyclage et son utilisation dans de nombreuses applications industrielles, dont le CO2 supercritique. En 2008, l'utilisation industrielle du CO2 correspondait à 150 millions de tonnes, dans de nombreuses applications, notamment en tant que gaz inerte, agent neutralisant ou dans les boissons gazeuses. Certes, ce tonnage ne représente que 0,5 % des émissions mondiales de carbone et cela peut ne paraître qu'une goutte dans l'océan. Mais c'est tout de même un procédé d'extraction vertueux pour la cosmétique.

Qu'est ce qu'un fluide supercritique ?

Un fluide est considéré comme supercritique lorsque sa pression et sa température sont supérieures à ses points critiques. Dans le cas du CO2, la température critique est de 31°C, la pression critique de 7 MPa.

Dans cet état supercritique, le fluide a une action proche du gaz dans certains cas, et proche du liquide dans d'autres, ce qui lui donne des propriétés très avantageuses et permet d'effectuer des extractions très performantes.

Le CO2 est le fluide supercritique le plus utilisé : c'est qu'il est peu coûteux et abondant, son grade alimentaire est reconnu par la FDA et l'EFSA, il est inerte, d'une grande pureté, non toxique, ininflammable et non corrosif. Grâce à ses propriétés critiques modérées, il permet :

- des extractions de molécules thermolabiles,
- des extractions sélectives grâce à son pouvoir solvatant variable,
- des extractions de molécules selon une large gamme de polarité : molécules apolaires et de petit poids moléculaire qui sont facilement solubles dans le CO2 supercritique, mais aussi molécules polaires ou au poids moléculaire plus important grâce à l'ajout de solvants comme l'éthanol.

Avantages et inconvénients

Les avantages de cette technologie sont nombreux :

- c'est une extraction rapide et efficace,
- dans de nombreux cas, on obtient des rendements supérieurs à ceux obtenus dans des conditions conventionnelles,
- il permet de travailler avec pas ou très peu d'ajout de solvants, ce qui permet de ne pas avoir de solvant résiduel dans les ingrédients,
- il préserve les composés thermolabiles, et donne accès à des molécules sur une large de polarité, tout en étant sélectif dans les extractions,
- selon l'appareillage, il permet de travailler en continu,
- les résidus d'extraction, n'étant pas contaminés par un solvant résiduel, peuvent être recyclés ou upcyclés vers d'autres ingrédients, ou encore compostés.

Cette technique présente cependant aussi quelques inconvénients :

- ses coûts d'installation et de maintenance sont assez élevés,
- elle nécessite des connaissances techniques assez approfondies, notamment pour optimiser tous ses paramètres d'extraction de manière à ce qu'elle soit vraiment performante,
- les protocoles de nettoyage doivent être parfaitement respectés.

Impact environnemental

Cette technique joue réellement sur le recyclage du carbone issu de la fabrication des produits chimiques et il est lui-même recyclé en fin d'extraction, pour être à nouveau réutilisé et recyclé. Un modèle de cercle vertueux d'une économie circulaire.

De plus, si des co-solvants sont nécessaires, on favorise les agro-sourcés. Les débits étant relativement faibles, cela limite également la quantité de déchets de solvants qu'il est nécessaire de recycler en fin de procédé.

La réduction de la consommation d'eau et des gaz à effet de serre : l'extraction à l'eau subcritique

C'est un autre paramètre environnemental très important lorsqu'on développe des extraits naturels. On peut jouer sur la consommation en eau en faisant appel à un autre fluide critique très intéressant avec l'extraction à l'eau subcritique.

Qu'est-ce que l'eau subcritique ?

On connaît généralement l'eau sous trois états : solide, liquide ou gazeux. À pression et à température ambiante, l'eau est un solvant polaire qui a une constante diélectrique très élevée. L'eau subcritique est obtenue lorsqu'on travaille sur une température comprise entre 100 °C et 374°C et une pression comprise entre 1 et 22,1 MPa.

À partir du moment où dépasse les 100°C, la constante diélectrique diminue et l'eau tend à avoir un comportement similaire aux solvants organiques.

À 200 MPA et à environ 220°C, l'eau a une constante diélectrique proche de celle du méthanol à température ambiante, et permet d'extraire des composés faiblement polaires.

Aux alentours de 300°C, l'eau a le même comportement que l'acétone, ce qui permet d'avoir accès à des molécules habituellement inaccessibles pour des extractions aqueuses conventionnelles, comme les molécules faiblement polaires, moyennement polaires ou polaires.

Les applications de l'eau subcritique sont donc nombreuses, pour extraire tout type de plantes (graines, tiges, feuilles, fleurs, racines), des dérivés de l'agroalimentaire ou des algues, de même que des composés aromatiques, des huiles essentielles, des acides gras ou autres composés phénoliques.

Avantages et inconvénients

C'est une méthode très avantageuse puisque :

- l'eau est le solvant "vert" par excellence, facilement disponible et bon marché,
- elle permet d'extraire des composés sur une large gamme de polarité,
- les temps d'extraction sont très courts, tout en gardant une grande efficacité avec des rendements supérieurs à ceux obtenus sur des extractions conventionnelles,
- selon l'appareillage, elle permet de travailler en continu et, comme dans le cas du CO₂ supercritique, les résidus sont recyclables, upcyclables ou compostables.

Côté inconvénients :

- les coûts d'investissement sont relativement élevés,
- les équipements sont, dans certains cas, difficiles à nettoyer,
- la technique peut nécessiter des étapes supplémentaires de purification, pour éliminer l'eau de l'ingrédient (évaporation, précipitation...),
- il peut y avoir des phénomènes de dégradation, de caramélisation ou des réactions de Maillard, puisqu'on travaille à hautes températures...

Impact environnemental

En comparaison avec une extraction aqueuse conventionnelle, l'eau subcritique est une technique très intéressante pour réduire la consommation en eau : les débits utilisés lors de l'extraction sont très faibles, le ratio solvant/solide devant être le plus faible possible pour avoir les meilleurs rendements. Et, selon les applications, l'eau peut également être recyclée en fin d'extraction.

La technique a aussi un impact sur les émissions de gaz à effet de serre puisque, selon la plante travaillée, ils peuvent être diminués jusqu'à 75 % en comparaison avec à une extraction à l'éthanol conventionnel. Elle est enfin économe en énergie : les extractions étant très rapides, elles sont nettement moins énergivores, ce qui permet des réductions de consommation énergétique jusqu'à 35 %.

À noter que l'on peut aussi associer l'eau subcritique et le CO₂ supercritique et utiliser les deux techniques conjointement en fonction des ingrédients ou des molécules à extraire.

Limitation des solvants toxiques : l'extraction aux NaDES

Les solvants eutectiques profonds naturels, ou NaDES, forment une nouvelle classe de solvants naturels très économiques qui peuvent remplacer les solvants toxiques.

Il s'agit d'un mélange de composés solides qui, dans un rapport molaire bien spécifique, forme un mélange eutectique qui a un point de fusion ou une température de transition bas, et qui, dans les conditions eutectiques, se comporte comme un corps pur. Du fait de leur bonne biodégradabilité et de leur faible toxicité, ils sont utilisés dans des applications industrielles, dont l'industrie agroalimentaire ou pharmaceutique.

Ils ont vite été identifiés comme étant de véritables solvants biomimétiques des plantes, puisqu'ils sont composés de métabolites naturels comme des acides aminés, des acides gras, des sucres, des dérivés de la choline. Ils jouent ainsi un véritable rôle physiologique, à l'instar d'un troisième liquide constitutif des plantes :

- ils peuvent constituer une alternative à l'eau dans des conditions extrêmes comme la sécheresse ou de grands froids, en permettant d'ajuster la teneur en eau dans les plantes et ainsi de préserver l'intégrité des cellules végétales,
- dans certaines conditions, ils jouent le rôle de "milieu" dans la biosynthèse, le transport et le stockage de molécules peu ou non solubles dans les cellules vivantes.

Avantages et inconvénients

Ces NaDES ont de nombreux avantages :

- ce sont des solvants “verts” et biosourcés,
- ils sont peu onéreux (environ 2 € le kilo), stables chimiquement et thermiquement,
- ils sont biodégradables, non volatils et non toxiques,
- leur polarité peut être modulée en changeant leur composition,
- ils ont une grande capacité de solubilisation, d'extraction et de stabilisation des molécules,
- ils peuvent être utilisés en biocatalyse,
- et, du fait de leur comportement bactériostatique, ils permettent de réduire les concentrations de conservateurs dans l'ingrédient final.

Quelques inconvénients aussi, tout de même :

- leur viscosité est élevée,
- leur mise en œuvre est assez difficile,
- leur utilisation est associée à des contraintes en termes de purification,
- leur recyclage pose toujours question.

Mais ces limitations, selon les applications, peuvent se transformer en avantages !

Ainsi, pour éliminer un NaDES d'un extrait végétal, il suffit d'ajouter un peu d'eau et d'effectuer une précipitation.

De même, la viscosité élevée permet aussi de stabiliser des molécules sensibles comme les polyphénols.

Impact environnemental

D'un point de vue écologique, l'utilisation de NaDES permet d'agir sur plusieurs leviers.

D'abord, parce que ce sont des alternatives aux solvants organiques issus de la pétrochimie, qui sont formés de composés agro-sourcés.

Ensuite parce qu'ils œuvrent en faveur de la protection environnementale et des milieux aquatiques du fait de leur très bonne biodégradabilité et de leur absence d'écotoxicité.

Enfin, parce qu'ils contribuent à la bonne gestion de la consommation en eau en limitant ou en supprimant l'étape de purification : ces solvants étant composés de métabolites naturels, ils ont par nature une certaine activité biologique et peuvent être considérés comme des boosters d'activité de l'extrait.

Ils peuvent aussi être utilisés comme base de formulation pour solubiliser les actifs que l'on souhaite incorporer dans le produit fini. Cela permet ainsi d'augmenter la naturalité des compositions et la concentration des actifs.

Réduction de l'empreinte énergétique : l'extraction assistée par micro-ondes et ultrasons

Frédérique Portolan a terminé sa présentation en présentant deux technologies utilisées pour intensifier les réactions : en accélérant les phénomènes d'extraction, elles réduisent les temps de réaction, ce qui permet de diminuer l'empreinte énergétique du procédé de fabrication de l'ingrédient.

Dans le cas d'une extraction conventionnelle, l'augmentation de la température permet de chauffer le solvant qui, par transfert de chaleur, chauffe la matrice végétale.

Dans le cas des micro-ondes, on est sur un phénomène inverse : le chauffage se produit sous l'effet d'un champ électrique alternatif, en association avec le moment dipolaire des molécules du mélange, c'est-à-dire aussi bien du solvant que de la matrice végétale. Le mélange devient ainsi lui-même

source de chaleur, ce qui permet d'accélérer le transfert des molécules de la matrice vers le solvant. Dans le cas des ultrasons, le chauffage se fait par un effet de cavitation, qui provoque la désintégration des cellules végétales et accélère la libération des métabolites.

Avantages et les inconvénients

Dans les deux cas, ce sont des méthodes fiables, stables et reproductibles, aux nombreux avantages :

- elles permettent de travailler avec très peu, voire pas du tout de solvant dans le cas du micro-ondes si on travaille avec une matière première fraîche,
- les temps d'extraction sont courts, voire très courts (quelques secondes pour le micro-ondes), ce qui facilite l'extraction de composés thermosensibles,
- le micro-ondes a également des propriétés bactéricides très intéressantes, qui peuvent être exploitées pour le séchage ou la pasteurisation, par exemple en milieu alimentaire,
- dans de nombreux cas, les rendements sont supérieurs à ceux obtenus avec des extractions conventionnelles,
- les ultrasons permettent de travailler en système continu,
- et ces technologies peuvent être associées à de nombreuses autres techniques comme la macération, les fluides supercritiques, etc.

Le seul inconvénient notable, particulièrement avec les ultrasons, est l'apparition de mécanismes de dégradation des molécules thermosensibles si l'irradiation ultrasonique est trop longue. D'où la nécessité de mettre au point précisément les conditions expérimentales pour optimiser le procédé de fabrication.

L'impact environnemental

Ces deux techniques raccourcissant les temps de réaction, elles permettent des économies d'énergie importantes (consommation 10 fois inférieure à une extraction conventionnelle pour les micro-ondes, diminuée de 40 % à 60 % pour les ultrasons).

Les prochaines étapes

“Finalement, l'écoconception est un juste équilibre à trouver entre innovation et engagement environnemental durable, puisqu'en fait, toutes les technologies que je viens de vous présenter ont l'avantage d'optimiser l'extrait obtenu, que ce soit d'un point de vue qualitatif ou quantitatif. Et elles ont toutes des impacts environnementaux positifs,” a commenté Frédérique Portolan.

L'équilibre à trouver consiste ainsi à choisir la technologie la plus adaptée en fonction de la matrice végétale dont on dispose, de la nature des molécules à extraire, de la polarité, du poids moléculaire et de sa stabilité thermique ou chimique.

Mais l'extraction durable a encore quelques champs à explorer :

- l'association des différentes technologies : fluides supercritiques + ultrasons ou micro-ondes pour réduire les temps d'extraction, NaDES et ultrasons pour faciliter l'éclatement cellulaire et augmenter les rendements ;
- le développement d'autres technologies, comme l'extraction au glycérol supercritique, qui aurait les mêmes propriétés que celle de l'extraction à l'eau subcritique, mais avec un point critique inférieur, ce qui permettrait de travailler dans des conditions plus modérées et d'avoir moins de phénomènes de dégradation liés aux hautes températures ;
- l'upgradation de ces technologies, par exemple avec les solvants THEDES, les solvants eutectiques profonds thérapeutiques ou les SUPRADES, les solvants eutectiques profonds supramoléculaires, qui associent NaDES et Cyclodextrine pour extraire d'autres types de molécules.

Ainsi, pour Frédérique Portolan, l'écoconception est une voie royale d'innovation et de différenciation :
“Ces techniques permettent en effet d’obtenir des ingrédients qui ont des compositions chimiques ou des activités biologiques ou olfactives différentes des ingrédients obtenus de manière conventionnelle. Cela va permettre aux industriels de proposer des molécules innovantes, de se différencier sur un marché concurrentiel aussi bien en cosmétique qu’en parfumerie. Mais cela va surtout aussi permettre de répondre aux attentes des consommateurs de plus en plus actifs et conscients dans leurs choix de produits”.

À LA RECHERCHE DE POLYMÈRES NON-MICROPLASTIQUES

La pollution des milieux aquatiques par les microplastiques est devenue une préoccupation environnementale majeure, et l'objet de l'émergence de toute une série de réglementations restrictives. Pour les industriels de la cosmétique, l'heure est donc à la recherche active d'ingrédients alternatifs capables de remplir les mêmes fonctions, avec la même efficacité, mais en toute écoresponsabilité. Lors de la journée de conférences "Consumer Safety & Cosmetics", organisée par la Cosmetic Valley le 10 juin 2021, Delphine Bertin, Responsable Écotoxicologie de SEPPIC, a présenté un état des lieux et les premières avancées dans ce domaine.

Le plastique est le troisième matériau le plus fabriqué au monde, après le ciment et l'acier, à hauteur de 359 millions de tonnes en 2018, hors textiles caoutchoucs. Et la production devrait doubler d'ici 2050...

À l'origine, ce matériau a été conçu pour être résistant et de longue durée, mais 36 % de la production est dédiée à l'emballage, et 81 % des plastiques ne sont plus en circulation au bout d'un an. Ce qui génère le rejet de 10 à 20 millions de tonnes de plastiques dans le milieu marin chaque année.

Résultat : une pollution globale des pôles à l'équateur et une très grande dispersion des microplastiques dans le monde.

Cette pollution est à la fois visible, quand il s'agit des macroplastiques, dont la taille est supérieure à 5 mm, et moins visible, voire invisible, quand elle est causée par les microplastiques. On estime qu'environ 11 millions de tonnes de microplastiques sont rejetés dans l'environnement chaque année.

Ils ont deux origines :

- les microplastiques primaires, qui sont ajoutés intentionnellement dans les produits, représentent 1 à 3 millions de tonnes par an,
- les microplastiques secondaires, qui sont liés à la fragmentation de plus gros morceaux de plastique par l'usure liée à leur utilisation (c'est le cas des pneumatiques), ou qui sont issus de plastiques déjà présents dans l'environnement, pèsent pour 7 à 9 millions de tonnes par an.

Une préoccupation environnementale majeure

La pollution plastique est inquiétante à plusieurs titres :

- sa répartition est globale, et on la retrouve dans tous les milieux : air, sédiments, sols, eaux... ;
- elle est persistante, la dégradation abiotique (due aux UV ou mécanistique, liée par exemple aux vagues ou aux courants marins), est très lente et de surcroît source de micro- et de nano-plastiques, et la biodégradation, qui fait intervenir des microorganismes, quasi-inexistante, ce qui rend les plastiques pratiquement indestructibles dans les conditions environnementales ;
- elle est bioaccumulative, les plastiques ayant tendance à s'accumuler dans les organismes vivants ;
- elle est accompagnée d'une toxicité liée à la taille physique des particules des micro- et nano-plastiques.

Comment en est-on arrivé là ?

L'origine de la pollution plastique est à 80 % d'origine terrestre et pour 20 % liée aux activités maritimes.

Elle est à la fois causée par la mauvaise gestion des déchets dans les pays en développement (cinq pays sont responsables de plus de la moitié des déchets plastiques), mais également à un système de gestion de la fin de vie des déchets largement perfectible dans les pays développés. En Europe, par exemple, sur 29 millions de tonnes de déchets plastiques collectés en 2018, 24,9 % ont été enfouis. En

France, cela représente 900 000 tonnes de déchets plastiques qui sont enfouis chaque année. Aux États-Unis, en 2015, sur 34,5 millions de tonnes de plastiques récoltés, 9,1 % ont été recyclés, 75,4 % mis en décharge...

Des pays développés qui ont aussi une fâcheuse tendance à exporter leurs déchets vers des pays sans installations de traitement performantes, ce qui représente également une source considérable de pollution plastique...

Enfin, le phénomène des déchets sauvages, aujourd'hui difficile à quantifier, est néanmoins non négligeable.

Les réponses de la filière cosmétique

La majorité de la pollution plastique est issue du rejet des packagings des biens de consommation dans l'environnement et celle des microplastiques de leur dégradation, ainsi que des fibres textiles et de l'usure des pneumatiques. La part des microplastiques primaires provenant des cosmétiques est minime : elle ne représente qu'environ 0,02 %.

La profession a cependant mis en place des initiatives à la fois sur ses packagings (initiative SPICE, packagings écoconçus, réduction et recyclage des emballages...) et sur ses ingrédients pour réduire encore sa part dans cette pollution globale.

Pour ce qui concerne les ingrédients, l'industrie a organisé le retrait volontaire des microbilles de polyéthylène utilisées dans les cosmétiques rincés pour l'exfoliation et le nettoyage. La démarche a été portée par une **Recommandation de Cosmetics Europe** en 2015 mais aussi par des initiatives volontaires de l'industrie, avec le but d'éliminer les microbilles de plastique dans les produits cosmétiques pour l'exfoliation et le nettoyage à l'horizon 2020. Mais déjà, entre 2012 et 2015, la réduction de leur utilisation a été mesurée à -82 %. *"Et en 2021, on peut estimer que ces utilisations sont quasi absentes"*, a prédit Delphine Bertin.

La pression de la réglementation

Dans ce cadre, les législations visent à terme à interdire l'utilisation des plastiques à usage unique et à mettre en place des dispositions pour le tri et le recyclage des matières plastiques se sont multipliées :

- en France, la **loi AGECE du 10 février 2020** relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire prévoit un calendrier progressif jusqu'en 2040 ;
- au niveau européen, la Directive 2019/904 relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement a établi également un calendrier progressif, mais jusqu'en 2030.

Concernant les microplastiques primaires, la prise de conscience de la pollution environnementale, et notamment celle des océans par le plastique, est relativement récente et a poussé plusieurs pays à légiférer. Delphine Bertin a présenté les étapes clés de ce mouvement :

- 2012 : les ONG commencent la chasse aux microparticules de plastique en publiant le "Green Paper on a European Strategy on Plastic Waster in Environment" ;
- 2015 : en juillet, le rapport de l'UNEP, au sein du Programme des Nations Unies pour l'Environnement, est centré sur les plastiques dans les cosmétiques ;
- 2015 : en septembre, le rapport Eunomia, mandaté par la Commission européenne, cible, lui aussi, la cosmétique, donnant une définition large des microbilles de plastique ;
- 2015 : en décembre, les États-Unis publient la première Loi Nationale interdisant les plastiques dans les produits cosmétiques ;
- 2016 : en France, le Sénat procède à la première lecture d'un amendement visant à interdire les microbilles de plastique ;

- 2017 : la **Commission européenne demande à l'ECHA** (Agence des produits chimiques) de réglementer les microplastiques ;
- 2019 : l'ECHA publie la **première version du projet de restriction** des microplastiques intentionnellement ajoutés dans les produits, avec un périmètre beaucoup plus large que celui de la cosmétique, et une définition : polymère solide ayant une taille comprise entre 100 nanomètres et 5 millimètres.
- 2021 : à ce jour, 17 pays ont légiféré au niveau national sur le sujet ou sont sur le point de le faire, leur périmètre s'étendant pour la plupart aux produits cosmétiques rincés.

Des réglementations nationales

En France, en Italie, au Royaume-Uni et en Irlande, le champ d'application est limité aux cosmétiques rincés qui contiennent des microplastiques solides clairement définis, l'Italie et la France précisant leur usage : exfoliation et nettoyage.

Pour les États-Unis, la Nouvelle-Zélande, la Suède, Taïwan, l'Inde, la Chine et la Thaïlande, le champ d'application est également centré sur les cosmétiques rincés qui contiennent des microplastiques solides à usage d'exfoliation et de nettoyage.

Au Canada et en Corée du Sud, le champ d'application est le même mais il n'y a pas de définition physicochimique des termes "plastique" et "microplastique".

Enfin, en Argentine, la législation vise les produits cosmétiques et les produits d'hygiène buccodentaire, et la définition d'un microplastique englobe les matières synthétiques pétrosourcées ou biosourcées, dont les particules solides ont une taille inférieure à 5 mm, non solubles dans l'eau et dont la dégradabilité est faible.

À noter que seuls quatre de ces 17 pays ont une véritable définition du terme plastique, qui s'avère être un polymère synthétique pouvant être moulé ou extrudé et physiquement manipulé en différentes formes solides, et retenant sa forme durant son utilisation.

Parmi les 17 pays qui ont légiféré, sept sont des États membres de l'Union européenne : la France, la Belgique, la Suède, l'Irlande, l'Italie et l'Espagne (réglementation en cours) et le Portugal.

La réglementation européenne

Au niveau européen, le projet de restriction des microplastiques intentionnellement ajoutés de l'ECHA, dont l'entrée en vigueur est estimée au début 2022, vise à interdire la mise sur le marché de substances microplastiques, seules ou en mélange, à une concentration égale ou supérieure à 0,01 % en poids. Cette définition des microplastiques est basée sur trois critères :

- les polymères tels que définis dans REACH,
- des particules solides, également telles que définies dans REACH,
- une taille de particules comprise entre 100 nm et 5 mm dans toutes les dimensions.

Cette définition ne s'applique pas aux :

- polymères naturels qui n'ont pas été modifiés chimiquement,
- polymères biodégradables,
- polymères ayant une solubilité > 2 g/l.

Dérogent également à l'interdiction les substances et les mélanges contenant des microplastiques qui ne gardent pas leur forme pendant leur utilisation finale et sont modifiés de façon permanente. Cependant, des obligations d'étiquetage seront requises : elles s'appliqueront à tout fournisseur 24 mois après l'entrée en vigueur des restrictions. Une obligation de reporting annuel est également prévue, pour tout fournisseur, 36 mois après l'entrée en vigueur des restrictions, incluant

l'identité du polymère, ses utilisations, les quantités utilisées, les quantités rejetées estimées (Le "fournisseur" étant ici à comprendre comme le fabricant, l'importateur, l'utilisateur en aval ou le distributeur mettant sur le marché une substance, seule ou en mélange, ou un mélange).

Les solutions alternatives aux microplastiques

La problématique des microplastiques est centrée sur le fait que ce sont des particules solides de taille inférieure à 5 mm et qui persistent dans le milieu. Qui dit solide dit insoluble dans l'eau et qui dit persistance dit non biodégradable. La solution peut donc résider dans des polymères non-microplastiques.

Les polymères non-microplastiques les plus utilisés en cosmétique sont ceux qui ont une fonction épaississante ou émulsionnante, comme les dérivés acryliques, solubles et biodégradables.

SEPPIC a testé la solubilité de deux polymères synthétiques épaississants par la méthode OCDE 120 : les Polyacrylate crosspolymer-6 et l'Hydroxyethyl acrylate/Sodium acryloyldimethyl taurate copolymer. Résultat : les deux ont une solubilité supérieure à 2g/l. Ils sont donc solubles dans l'eau et ne participent donc pas à la problématique des microplastiques dans l'environnement.

SEPPIC a également évalué la biodégradabilité intrinsèque de ces deux polymères en utilisant la méthode OCDE 302B. Les deux ont atteint des seuils supérieurs à 70 %, le seuil requis pour être qualifié de biodégradable intrinsèque ultime (79 % pour le Polyacrylate crosspolymer-6, 93 % pour l'Hydroxyethyl acrylate/Sodium acryloyldimethyl taurate copolymer). Sur ce critère encore, on peut conclure qu'ils ne participent donc pas à la problématique des microplastiques dans l'environnement.

De plus, ces deux polymères répondent à 11 et 12 principes de la chimie verte.

Reste donc à répondre au 12e principe : une origine biosourcée.

Mais comment développer des polymères écoresponsables avec des performances épaississantes et émulsionnantes équivalentes aux dérivés acryliques ?

La réponse de SEPPIC : trouver une origine biosourcée avec un squelette naturel modifié chimiquement, un procédé d'obtention respectueux des 12 principes de la chimie verte et une fin de vie respectueuse de l'environnement du fait de la biodégradabilité de l'ingrédient final.

Au-delà de la Xanthane et de la gomme Tara, déjà présentes dans le catalogue de SEPPIC, le fournisseur d'ingrédients travaille actuellement de trouver d'autres polymères épaississants répondant à ces trois critères, et alliant la technicité des polymères synthétiques et la naturalité des polymères d'origine biosourcée.

VRAC : L'ART ET LA MANIÈRE

Depuis quelque temps, Cozie s'est imposé comme un acteur incontournable de la vente en vrac. L'entreprise a diversifié son activité en accompagnant les entreprises qui souhaitent se mettre à ce type de distribution. Arnaud Lancelot, co-fondateur de l'entreprise, s'est entretenu avec CosmeticOBS sur les points clés à savoir avant de se lancer dans la vente en vrac.

Lorsque l'on met des produits cosmétiques sur le marché, la sécurité du consommateur est primordiale. Quand il s'agit de vendre des soins en vrac ou à la recharge, le même principe s'applique. *“Chez Cozie, nous avons développé des distributeurs qui nous permettent d'avoir une maîtrise totale sur l'hygiène, la sécurité et la traçabilité”,* explique Arnaud Lancelot. *“Nous avons développé des distributeurs qui permettent de garantir l'intégrité des produits ainsi que le contrôle des lots en cas de rappel”.*

En pratique

À la question “peut-on proposer un système de recharge pour n'importe quel type de cosmétiques?”, Arnaud Lancelot répond oui. *“Avec nos machines, il n'y a aucun souci d'écoulement sur des galéniques plus ou moins visqueuses. En revanche, la question que l'on doit se poser est sur le nettoyage du flacon. Sur du gel douche ou sur n'importe quel produit que l'on va rincer, on sait que l'on peut confier l'entretien du flacon au consommateur. En revanche, sur une crème de jour ou un sérum, le nettoyage est beaucoup plus complexe et là on ne peut prendre aucun risque. Sur ce type de produits, nous conseillons de mettre en place un système de nettoyage industriel”.*

Comment se passe l'accompagnement par Cozie ? Encore une fois, Arnaud Lancelot insiste sur le principe de sécurité. C'est la raison pour laquelle Cozie se charge de la mise en poche des cosmétiques. *“Les marques envoient le bulk. Nous conditionnons ensuite les produits dans nos propres poches, développées par nos soins et qui garantissent une sécurité optimale”.*

À ce stade, Cozie est enregistré en tant qu'établissement de conditionnement auprès de l'ASNM, mais la marque initiale reste Personne Responsable aux yeux des autorités de contrôle.

Les poches sont ensuite livrées aux différents distributeurs. À partir de là, Cozie ne gère plus les conditions de stockage (qui doivent être formalisées en amont avec la marque). *“En revanche, nous formons les équipes à la bonne utilisation des distributeurs. Nos machines sont pensées pour que les produits ne soient pas en interaction ni avec l'homme, ni avec l'air, ni avec la lumière. De ce fait, plusieurs références différentes peuvent être placées dans les distributeurs sans se mélanger. Les forces de vente n'ont qu'à remplacer les poches lorsqu'elles sont vides. Il n'est pas nécessaire de nettoyer les distributeurs puisque les formules s'écoulent directement de la poche vers le flacon. Rien ne stagne dans les tuyaux, évitant ainsi tout risque de contamination microbienne”.*

Une fois que le flacon est rempli, une étiquette (à apposer sur le flacon) sort avec les mentions obligatoires (PAO, DLUO, numéro de lot et INCI).

“Hygiène, sécurité et traçabilité”, voici les maîtres mots de la vente à la recharge selon Arnaud Lancelot. *“S'y mettre n'est pas si compliqué. Du moment que l'on a compris ces principes, on peut absolument tout faire”.*

LE VRAC : COMMENT ÇA MARCHE ?

Plus qu'une simple tendance, la vente en vrac (ou à la recharge) répond aux attentes et besoins d'une partie de la population. Mais ce mode de distribution, relativement nouveau pour le secteur de la beauté, demande une certaine expertise. C'est pour cela que des prestataires proposent un accompagnement aux marques cosmétiques. Jean Bouteille est l'un d'eux. Manon Carpentier, Responsable marketing et communication de l'entreprise, a expliqué à CosmeticOBS les différentes étapes pour passer au vrac.

Avec son profil hautement durable, la recharge séduit de plus en plus de consommateurs. Mais pour les professionnels, ce n'est pas toujours évident de savoir comment se mettre à vendre des produits en vrac. C'est la raison pour laquelle Jean Bouteille a créé Bulk for brands, un programme d'accompagnement des marques. L'objectif est simple : développer et concevoir des équipements adaptés pour tous types de produits (alimentaire, cosmétiques, détergents).

Transition au vrac : les étapes

Découverte du besoin client

Cette première phase permet de connaître les attentes de la marque sur la distribution en vrac, le marché, la compatibilité des équipements et les potentiels besoins de développement.

“Nous échangeons en deux temps. Il s'agit d'analyser la demande et de revenir avec une réponse sur la faisabilité et les étapes nécessaires au bon déroulement”.

Test des produits en format vrac

“Nous qualifions les besoins en fonction des cosmétiques. Nous aidons la marque à passer au format Bag in box (BIB) et testons ses soins afin de mesurer la faisabilité et la qualité du service via nos différents distributeurs de vrac. Cette étape est très importante pour définir les développements spécifiques à prévoir en fonction de la viscosité du produit et de la famille de contenants secondaires et primaires”.

Pour la mise en poche de BIB, il y a deux possibilités :

- la marque possède sa ligne de production de mise en BIB,
- la marque externalise ce procédé chez un prestataire (Jean Bouteille peut s'occuper de la mise en relation avec son réseau de partenaires).

“Concernant l'acheminement du BIB jusqu'au point de vente, chaque client est en charge de ses livraisons et gère sa logistique”, ajoute Manon Carpentier.

Cadrage du projet au regard des performances produits

Jean Bouteille propose un cahier des charges incluant les phases de bureau d'étude et la gestion de projet.

Conception d'un prototype de distributeur vrac

“Notre bureau d'étude conçoit un prototype incluant le développement des fonctionnalités nécessaires, la signalétique ainsi que tous les éléments validés lors de la réalisation du cahier des charges”.

Test du prototype en condition réelle

Cette étape permet de valider le concept et d'effectuer les améliorations nécessaires avant le déploiement dans les points de vente.

Cadrage du projet et installation des équipements

Jean Bouteille accompagne les marques dans l'implantation des distributeurs en boutique. L'entreprise s'occupe de l'installation et forme le personnel de vente à la prise en main des machines.

Et après ?

Une fois que le pilotage du projet est terminé, c'est aux équipes sur place de prendre le relais. Elles sont en charge du nettoyage des fontaines (celles de Jean Bouteille n'ont pas de tuyaux afin de faciliter l'entretien) et du respect des **bonnes règles d'affichage**.

“Nos machines permettent de gérer l'information du cosmétique, sa traçabilité et l'impression automatique de l'étiquette pour le consommateur. Le vrac doit garantir le même niveau d'information et de sécurité que les produits préemballés”.

En huit ans, Jean Bouteille a installé plus de 8000 fontaines dans 1400 points de vente (répartis dans 30 pays). Des chiffres dont l'entreprise peut se targuer et qui indiquent que les signaux sont au vert pour ce mode de distribution.

Le vrac en pratique



CADRE RÉGLEMENTAIRE

- Vente de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables. Proposée en libre-service/service assisté dans les points de vente ambulants. Peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance. Article L. 120-1 Code de la consommation
- Tous types de produits peuvent être vendus en vrac, sauf exception justifiée par des raisons de santé publique
- Le fabricant reste Personne Responsable et doit intégrer dans le DIP toutes les étapes de la vente en vrac dans l'évaluation de la sécurité de ses produits
- Contractualisation obligatoire des responsabilités entre les différents acteurs

GÉRER SON PROJET

- Tous cosmétiques solides, liquides ou crémeux sont éligibles à la vente en vrac
- Soins liquides et crémeux : vente nécessairement via un distributeur/fontaine. L'équipement doit être adapté aux produits vendus
- Les produits liquides/crémeux posent le plus de défis : il faut tester la viscosité du produit pour calibrer l'écoulement dans la machine pour éviter tout dysfonctionnement
- Les cosmétiques sont livrés en sachet ou en fût sur le lieu de vente. Pour le conditionnement, la marque le fait dans son usine de production ou externalise
- Cozie ou Jean Bouteille, spécialisés dans la distribution en vrac, accompagnent les marques de A à Z dans la gestion de leur projet



INSTALLATION EN MAGASIN & FORMATION DU PERSONNEL

- Il revient aux marques (ou aux prestataires) de livrer & installer les machines
- Le personnel doit être formé en amont à la vente au vrac, au fonctionnement et au nettoyage des machines
- Nettoyage du robinet d'écoulement des machines chaque jour
- Le lieu de vente est responsable de ses stocks de produits (en sachet ou en fût). Les conditions de stockage doivent être validées et contractualisées en amont (entre fabricant et distributeur)

VENDRE EN MAGASIN

- Dans les commerces de détail, le contenant réutilisable/réemployable peut être fourni par le détaillant ou être apporté par le consommateur (propre)
- Le consommateur doit repartir du point de vente avec un contenant étiqueté, portant les mêmes informations obligatoires que celles prévues pour un produit préemballé



PIERRE FABRE AU NIVEAU "EXEMPLAIRE" DU LABEL ENGAGÉ RSE D'AFNOR CERTIFICATION

La démarche RSE du Groupe Pierre Fabre vient d'être labellisée par AFNOR Certification au niveau "Exemplaire" de son label Engagé RSE (reconnu internationalement sous le label Responsibility Europe). Avec un score global de 788 points sur les 1000 points du référentiel, Pierre Fabre rejoint le Top 1 % des 266 entreprises et devient le premier groupe industriel de plus de 5000 salariés à être labellisé à ce niveau.

Le Label Engagé RSE d'AFNOR Certification est le label de référence pour évaluer la maturité des démarches RSE des organisations. Il repose sur un référentiel de plus de 50 critères fondés sur les lignes directrices de la norme internationale ISO 26000 et alignés avec les 17 Objectifs du Développement Durable des Nations Unies. Une entreprise labellisée "Engagé RSE" en France peut se prévaloir du label Responsibility Europe, afin d'obtenir une reconnaissance internationale de sa démarche RSE.

Plus exigeante qu'une auto-déclaration ou un questionnaire en ligne, la labellisation réalisée par AFNOR Certification exige de fournir des preuves objectives de la maîtrise des impacts sociaux, environnementaux et économiques de ses activités, et cela sur site.

Entre avril et mai 2022, les auditeurs d'AFNOR Certification ont évalué l'ensemble des directions de l'entreprise, trois sites industriels, un site de distribution, quatre filiales internationales, trois marques dermo-cosmétiques (Eau Thermale Avène, Klorane, Naturactive) et la direction en charge d'une partie des médicaments du Groupe. Ils ont par ailleurs rencontré un large panel de parties prenantes externes (clients, fournisseurs, autorités de tutelle, collectivités locales, partenaires scientifiques).

Dans son rapport d'audit, les évaluateurs d'AFNOR Certification ont mis en avant :

- la création de la démarche transversale Green Mission Pierre Fabre et son rattachement direct à la Direction Générale,
- la bonne visibilité de la Charte Éthique et sa mise à jour régulière,
- le fort ancrage territorial,
- la politique de décarbonation,
- l'attention portée aux parties prenantes,
- les politiques RH de formation et de mobilité interne,
- le plan international d'actionnariat salarié,
- le sourcing responsable des plantes utilisées par le Groupe,
- la conception et le déploiement international du Green Impact Index, un outil de mesure de l'éco-socio-conception des produits,
- le développement d'une technologie d'extraction sans solvant (Green Native Expression).

CIRCUL'EGG PART À LA CONQUÊTE DE L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE

Depuis 2020, Circul'Egg a entrepris de revaloriser les coquilles d'œufs issues des casseries, pour produire des biomolécules d'intérêt, à l'instar du carbonate de calcium, de l'acide hyaluronique ou du collagène. Aujourd'hui, la start-up lève plus d'un million pour financer son industrialisation et se positionne comme un acteur de l'économie circulaire.

La France, premier pays producteur d'œufs d'Europe, rejette chaque année, et sans aucune valorisation, plus de 40 000 tonnes de coquilles d'œufs. Alors que la coquille est une source durable de calcium, la membrane contient quant à elle quatre ingrédients à haute valeur ajoutée que sont le collagène, l'acide hyaluronique, la chondroïtine et la glucosamine.

Ces coproduits sont récupérés grâce à un procédé breveté séparant sans produits chimiques la coquille externe de la membrane coquillièrre. Leur forte teneur en protéines ainsi que leur intérêt pour la préservation de la peau ont suscité l'intérêt du secteur cosmétique, en constante recherche d'ingrédients toujours plus respectueux de l'environnement.

Avec cette première levée de fonds, Circul'Egg, qui annonce son industrialisation et de nombreux recrutements, est maintenant soutenue par un board de spécialistes de la communication, de l'industrie, de l'import-export et de l'agroalimentaire.

En parallèle, d'étroites relations ont pu être construites avec les industriels des secteurs cosmétique, du complément alimentaire et de l'alimentation animale, qui voient là l'opportunité de se fournir en ingrédients biosourcés et d'une transparence totale.

Circul'Egg a sécurisé ses clients pour l'année et demie à venir, précommercialisant l'ensemble de sa production sur cette même période.

TECHNICOFLORE LANCE FLORINDEX, UN OUTIL D'ÉCOCONCEPTION DES FORMULES DE PARFUM

TechnicoFlor, maison de composition de parfums française, lance FlorIndex, un outil d'écoconception des formules de parfum. FlorIndex a pour objectif d'évaluer l'impact des formules créées par les parfumeurs du groupe, principalement sur l'environnement, mais aussi au niveau sociétal et de la santé.

Il s'agit d'un outil capable de mesurer l'impact environnemental à presque toutes les étapes du cycle de développement des parfums : du sourcing des matières premières à la fin de vie du parfum, en passant par la formulation, la production et le transport.

“En choisissant 38 indicateurs pour évaluer neuf critères, eux-mêmes répartis dans trois grandes étapes, nous avons construit l'outil le plus complet à ce jour”, explique Maxime Gransart, Directeur Général Adjoint de TechnicoFlor.

Les critères retenus comprennent notamment le poids des matières premières responsables, les CMRs et perturbateurs endocriniens, le poids du solvant, l'énergie nécessaire à la production ou encore l'impact du transport. Mais également la biodégradabilité d'une formule ou la mesure de sa toxicité sur l'environnement et la santé.

L'autre grande force de FlorIndex réside dans le fait que cet outil est évolutif : il peut s'adapter facilement aux changements de réglementation et intégrer de futurs nouveaux critères.

Le résultat : un outil complet sous la forme d'un écoscore, attribuant au parfum une note de A à E. On visualise le score final et celui des différentes étapes de son cycle de développement pour que le consommateur ait toutes les données nécessaires à sa compréhension.

Et ce n'est pas tout : *“Dans un but constant d'amélioration, les parfumeurs ont aussi accès aux éventuels points sur lesquels ils peuvent progresser pour aller vers une création toujours plus responsable”,* ajoute François Patrick Sabater, Président de TechnicoFlor.

CLARIANT LANCE UN OUTIL DE CALCUL DE NATURALITÉ DES FORMULES COSMÉTIQUES

Clariant vient de dévoiler BeautyForward® 6. Cet outil numérique recense l'origine et les spécificités de plus de 800 ingrédients. L'objectif étant de permettre aux formateurs de calculer plus facilement l'indice de naturalité de leurs formules selon la norme ISO 16128.

L'outil fonctionne grâce à une base de données qui quantifie la naturalité de divers actifs cosmétiques (qui ne proviennent pas tous du portefeuille de Clariant).

"BeautyForward cherche toujours à comprendre et à répondre aux besoins en matière de soins personnels. Il est évident que les consommateurs préfèrent les ingrédients responsables, notamment d'origine végétale, et qu'ils attendent de plus en plus des marques qu'elles intègrent cela et communiquent sur la naturalité avec transparence. Notre calculatrice leur donne les moyens de le faire. Nous sommes fiers de soutenir la fabrication de cosmétiques plus durables", commente Hermann Bach, responsable mondial du marketing stratégique et de l'innovation chez Clariant.

BeautyForward® 6 propose deux modes.

Les utilisateurs peuvent créer leur propre formule à partir de zéro. L'outil calcule la naturalité totale de l'INCI sur la base de la contribution de chaque ingrédient.

Il est également possible d'être guidé. BeautyForward® 6 possède une liste de formules enregistrées. Elles sont personnalisables à l'envi.

BIEN CHOISIR SON PACKAGING POUR DIMINUER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES COSMÉTIQUES

Recyclabilité, biodégradabilité, compostabilité, empreinte carbone, réemploi... l'emballage d'un produit cosmétique ne se pense plus aujourd'hui sans la prise en compte de son impact environnemental. Mais faire le bon choix est un vrai challenge, tant les critères sont nombreux (et parfois contradictoires) et que certaines (fausses bonnes) idées reçues ont encore la vie dure... Lors des rencontres Ingrédients et Packaging de Cosmébio qui se sont tenues les 26 et 27 octobre 2022, Marie Devaux, gérante de BR Conditionnement, a donné les éléments pour diminuer les impacts du pack !

Quand Marie Devaux a repris l'entreprise familiale en 2014, cette adepte du zéro déchet et accro au vrac avait un objectif : l'orienter vers des démarches plus écoresponsables, et uniquement sur le marché bio. Et c'est forte de cette expérience qu'elle peut aujourd'hui analyser les critères de choix les plus pertinents pour choisir le pack le plus écoresponsable possible.

Combattre les idées reçues

De la vertu du verre vs plastique et le carton

On pense instinctivement que le verre est le pack écoresponsable par excellence puisqu'il est recyclable à l'infini. Mais quand on fait les analyses de cycle de vie, on se rend vite compte qu'à contenance égale, il émet beaucoup plus de CO₂ que le plastique ou le carton.

Ainsi, une étude de Bio Intelligence réalisée en 2008 pour le compte de Tetra pack, menée sur cinq critères (réchauffement climatique, consommation d'énergie d'origine non renouvelable, consommation de ressources non renouvelables, acidification de l'air et eutrophisation) et prenant en compte quatre étapes du cycle de vie (fabrication des matériaux d'emballage, remplissage et conditionnement, distribution, fin de vie) a mesuré les émissions de CO₂, qu'elle a établi, pour une contenance d'un litre, à :

- 87 g pour le carton,
- 129 g pour le plastique,
- 345 g pour le verre.

De l'intérêt de la compostabilité et de la biodégradabilité du plastique

La biodégradabilité est l'aptitude d'un produit à se décomposer et à être bio-assimilé. Mais elle n'est réelle que dans des conditions environnementales bien déterminées (taux d'humidité, températures élevées...) et on prend rarement en compte de la vitesse de dégradation.

Le compostage, lui aussi, ne fonctionne que dans des conditions très précises, qu'il soit domestique ou industriel : le plastique doit notamment être jeté avec des déchets organiques en proportions suffisantes pour que la réaction s'opère.

Et Marie Devaux souligne ses limites :

- il n'a pas beaucoup d'intérêt pour l'apport en nutrition des sols,
- il n'est possible que pour des applications très précises,
- les fréquentes erreurs de tri perturbent la filière de recyclage,
- certains packs annoncés comme recyclables ne le sont que dans une filière spécifique et pas dans la filière générale,
- il n'entre pas dans une logique circulaire.

Verre, plastique, aluminium : les plus et les moins

Pour ses packs primaires, l'industrie cosmétique a recours à trois matériaux principaux, dont Marie Devaux a listé les avantages et les inconvénients.

Le verre

Il est inerte, réutilisable à l'infini, recyclable à 100 %, et permet une très bonne conservation des produits.

Mais il est aussi fragile, lourd et encombrant, et son recyclage est très énergivore.

Le plastique

Il est souvent qualifié de recyclable et/ou compostable, il est léger, résistant aux chutes.

Mais il est issu de l'industrie pétrolière, et la problématique de la recyclabilité n'est pas mince. Si 65 % des contenants monomatériau sont recyclables, le taux de recyclage des emballages plastiques n'est aujourd'hui que de 59 %. De 1950 à en 2015, sur les 8,3 milliards de tonnes de plastiques fabriqués, 79 % qui ont été mis en décharge, 13 % ont été incinérés et 9 % seulement recyclés.

Enfin, outre les problèmes qu'ils posent en fin de vie, les emballages plastiques est aussi émetteurs de microplastiques, peuvent poser des problèmes de migrations contenant/contenu et s'avérer moins performants pour la conservation du produit.

L'aluminium

Il est recyclable à 100 % et à l'infini, léger, durable, anticorrosion.

Mais il est aussi cassable, a une forte conductivité et peut poser des problèmes de migration contenant/contenu avec une éventuelle toxicité associée.

Et surtout, sa fabrication est extrêmement énergivore et polluante. Produire un kilo d'aluminium dégage de 1,2 à 2 kg de CO₂, et a des répercussions environnementales importantes (déforestation aux alentours des mines d'extraction de la matière première, rejets de boues rouges et de métaux lourds...).

L'alternative ? Choisir un aluminium déjà recyclé, ce qui réduit de 95 % les émissions de CO₂ et la consommation d'énergie !

Choisir la meilleure option

Pour quelle solution opter ? Pour Marie Devaux, le choix du packaging réside dans l'usage.

Le verre

C'est un matériau conçu pour durer dans le temps : sa durée de vie est d'environ 4000 ans. Et son cycle de vie étant très énergivore, il apparaît comme une hérésie aujourd'hui de concevoir un emballage en verre pour un usage unique. C'est le candidat idéal au réemploi, qui peut aussi être recyclé, et la durée de vie des produits qu'il contient varie de quelques mois à plus de 5 ans (pour les conserves stérilisées).

Le plastique

À l'inverse, le plastique est un matériau conçu pour un usage unique. Dans l'alimentaire, la durée de vie des produits qu'il emballe est inférieure à un mois ; elle s'étend de quelques mois à un an en cosmétique.

L'usage unique de ce matériau expose ainsi à une utilisation déraisonnée, ce qui provoque une quantité de déchets non gérés : 81 % des plastiques qui sont mis en circulation deviennent des déchets au bout d'une année.

L'aluminium

Lui aussi est conçu pour durer dans le temps et peut-être réemployé. Son cycle de vie étant trop énergivore et polluant, il n'a d'intérêt que s'il est déjà recyclé.

La recharge

C'est une autre façon de minimiser l'impact environnemental des produits cosmétiques, et d'attirer le consommateur vers le réemploi.

L'ancêtre d'avenir : le doypack

Le concept ne date pas d'hier. On peut même lui trouver une origine au début des années 60, quand le Français Louis Doyen, PDG de la société Thimonnier, invente un sachet breveté en plastique souple à qui sa conception ergonomique donne la capacité de tenir droit en position verticale, de manière stable. D'abord utilisés pour la commercialisation d'olives ou de jus de fruits, les Doypacks, qui constituaient déjà à l'époque des "éco-emballages", ont été ensuite adaptés pour des fonctions d'écorecharge. Il en existe aujourd'hui une large variété, dont certains sont multicouches pour mieux protéger leur contenant.

La recharge idéale

La recharge présente de nombreux avantages : elle est légère, incassable, éventuellement recyclable, peu volumineuse... Sa légèreté est gage d'économie au stade du transport, et elle peut être, ou non, équipée d'un bouchon et refermable, selon qu'on la conçoit pour un usage unique ou pour un multi-usages. En moyenne, une recharge, c'est -77 % de plastique et -97 % d'empreinte carbone.

"L'idéal, c'est d'avoir une recharge de deux ou trois fois le volume du pack initial, pour avoir un impact significatif sur l'analyse du cycle de vie", conseille Marie Devaux.

Preuve à l'appui, avec le comparatif entre 3000 contenants d'un litre de quatre types, tous d'origine européenne.

	Flacon Verre	Flacon PET	Recharge MonoPE	Recharge Kraft
Poids (g)	521	29	19,25	41
Énergie consommée (kWh)	6300	1630	1612	89
Déchets produits (kg)	2021	136	98	57
Compatibilité recyclage	100 %	100 %	98 %	57 %
Émissions (eq kg Co2)	17785	411	121	58

Le résultat est clair : les recharges font diminuer considérablement les émissions à effet de serre.

À noter que le kraft a un statut un peu à part puisqu'il est surtout adapté à des produits en poudre. Et même si, aujourd'hui, il peut aussi contenir du liquide, la contenance ne peut alors pas dépasser 200 ml et il ne faut pas qu'il soit équipé d'un bouchon pour rester recyclable. Des limites importantes quand on veut vraiment réduire son impact environnemental, n'en déplaise aux services marketing qui aiment son côté "rustique-nature"...

En ce qui concerne la recyclabilité, le doypack monoPE avec un bouchon est 100 % compatible avec la filière du recyclage en France. Mais mieux vaut tout de même faire vérifier sa recyclabilité réelle avant de l'alléguer. Certains de ses aspects peuvent en effet être des obstacles au recyclage, comme les

impressions à sa surface ou un taux de restitution trop peu important.

La recharge idéale doit donc être réfléchie et bien pensée en amont (usage, matière, format, impression...) pour être sûr qu'elle répond bien à un objectif environnemental.

L'EMBALLAGE FAIT PEAU NEUVE

Les packagings sont au cœur de toutes les discussions. S'ils sont indispensables dans certains cas, ils se doivent désormais d'afficher le meilleur profil environnemental possible. À l'occasion de la Rencontre Cosmetopôle sur l'innovation packaging, organisée par Cosmed le 15 septembre 2022, Fabrice Peltier, expert consultant en écodesign d'emballage, a présenté les axes d'innovation à envisager pour le secteur de l'emballage.

Le secteur du packaging est en pleine mutation. Dès 2018, Fabrice Peltier avait capté les premiers signaux de cette transformation.

“Ce sont d'abord les législateurs qui ont sonné la fin de la récréation”, explique-t-il. De nouvelles lois (AGEC, Climat et Résilience...) ont été votées et ont contraint les industriels à modifier leurs modèles d'emballages. *“Le consommateur est également moteur dans cette révolution. Les marques et les distributeurs ont aussi commencé à se tourner vers des solutions packagings plus respectueuses de la planète”.*

Créer de nouvelles solutions

Selon Fabrice Peltier, il y a trois courants à explorer : les papiers/cartons, les plastiques, la réutilisation et le réemploi. *“Toutes ces solutions sont autant de modèles d'expérimentation dont les industriels peuvent s'inspirer pour concevoir de nouvelles alternatives”,* commente-t-il.

Les papiers et les cartons

L'emballage en carton, sans plastique

Beaucoup de marques cosmétiques prennent le parti de conditionner leurs produits dans des packs en carton. C'est le cas d'Yves Rocher qui propose des boîtiers d'ombres à paupières (sans miroir pour éviter tout insert en plastique) ou encore Sanex avec deux références de déodorants enfermées dans du carton. *“Pendant longtemps, les professionnels du maquillage expliquaient que les blisters en plastique étaient obligatoires pour éviter le vol de leurs gammes. Aujourd'hui, il existe des solutions en carton aussi efficaces”.*

L'emballage en carton avec du plastique séparable

Pour des raisons évidentes d'étanchéité, les cosmétiques liquides ne peuvent pas être conditionnés dans étuis/flacon 100 % carton. Ces tubes contiennent donc une poche en plastique (séparable du carton ou non).

Les metteurs sur le marché veulent atteindre le 0 % de plastique pour ce type de produits. C'est un objectif qu'ils se fixent pour les années à venir.

Les plastiques

L'emballage en plastique simplifié et recyclable

Ce courant amène de l'innovation. *“On peut citer Nivea qui arrive à faire un tube avec 50 % de plastique en moins, mais avec les mêmes fonctionnalités qu'un modèle classique”,* illustre Fabrice Peltier.

L'emballage en plastique recyclé

Avoir une bouteille issue de plastique 100 % recyclé est un argument marketing pour les marques.

Le seul écueil de cette tendance est la couleur. Un pack totalement recyclé n'a pas la même teinte qu'un emballage conçu en plastique vierge. *“Et même si les consommateurs réclament plus de durabilité, ils se dirigent spontanément vers les alternatives plus claires. Il y a donc un véritable travail d'éducation à conduire”.*

Les plastiques issus de la biomasse

Il s'agit du polyéthylène et du polypropylène qui ont exactement les mêmes caractéristiques que la matière fossile. Si certaines entreprises, à l'instar de Léa Nature, se tournent vers ces solutions, Fabrice Peltier met en garde sur le coût de ces matières et sur les difficultés d'approvisionnement.

La réutilisation et le réemploi

La recharge

“Selon moi, c'est ce courant qui risque vraiment de révolutionner les choses dans les années à venir”, prédit Fabrice Peltier. “Mais j'attire l'attention des professionnels sur un point : la majorité des recharges que nous voyons sur le marché n'en sont pas. Dès lors que l'on peut utiliser la recharge en tant que telle et qu'elle possède un bouchon, elle devient alors un pack classique”.

L'emballage réemployable

On voit apparaître de plus en plus de formules déshydratées ou en pastilles. Le consommateur n'a plus qu'à ajouter de l'eau pour avoir un produit cosmétique. Ce système permet donc aux marques de vendre des contenants que les utilisateurs gardent chez eux. *“Comme les pots de La Crème Libre qui deviennent des objets de décoration à part entière”.*

“Toutes ces solutions doivent être envisagées comme des pistes de réflexion”, conseille Fabrice Peltier. “Il n'y pas de modèle idéal. On trouvera toujours un détracteur pour critiquer telle ou telle idée. En somme, au lieu d'essayer de faire mieux, tâchons de faire moins pire”.

L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE À L'HEURE DU PACK DURABLE

Pour enrayer le problème de la gestion des déchets, les professionnels de la beauté se tournent vers des solutions d'emballages vertueuses. Pour aider à répandre la bonne parole et inspirer les marques de produits finis, l'association The Upcycled Beauty Company a fait la liste des dernières innovations en termes de packagings responsables.

La question de la durabilité du pack est centrale. Aujourd'hui, 91 % des consommateurs déclarent préférer avoir un soin peu emballé. 50 % d'entre eux sont moins susceptibles d'acheter un cosmétique si son conditionnement n'est pas respectueux de l'environnement. Enfin, 74 % des citoyens à l'échelle mondiale indiquent être prêts à payer plus cher si le packaging est vertueux.

Les matériaux biosourcés

“Les plastiques biosourcés, dérivés de ressources naturelles telles que les déchets alimentaires recyclés ou la cellulose du bois, sont durables, compostables et suffisamment polyvalents pour accueillir diverses catégories de soins. Les innovations dans ce domaine sont constantes et il existe à ce jour de nombreuses options idéales pour les produits de beauté”.

L'aluminium

Ce matériau est infiniment recyclable, ce qui en fait le candidat parfait.

Selon The Upcycled Beauty Company, 75 % de l'aluminium produit à ce jour est encore utilisé sur le marché. *“Il possède d'excellentes propriétés de protection en offrant une barrière métallique imperméable à la lumière, aux rayons ultraviolets, à la vapeur d'eau, aux huiles et aux graisses, à l'oxygène et aux micro-organismes”.*

Les soins “nus”

La mode des cosmétiques solides se poursuit. Shampoings, gels douche, nettoyants... de plus en plus de soins se transforment en “pain” et ne nécessitent plus d'être emballés.

Autre tendance, les packs qui se dissolvent au contact de l'eau. La marque Plus a lancé une poudre de gel douche conditionné dans un sachet qui se désagrège lorsqu'il est mouillé. Il ne contient pas de microplastique, bien entendu.

La recharge

Si cette option n'est pas nouvelle, elle tend à se démocratiser de plus en plus.

“En mettant en œuvre des modèles de recharge dans l'ensemble du secteur des cosmétiques, les économies d'emballage et de transport représenteraient une réduction d'environ 80 à 85 % des émissions de gaz à effet de serre. La recharge est populaire et les marques de produits de beauté développent différentes stratégies pour inciter les consommateurs à utiliser ce système”, explique The Upcycled Beauty Company. *“L'une des dernières initiatives consiste à vendre des flacons rechargeables pré-remplis prêts à être achetés directement dans les rayons”.*

Pour aller plus loin

- Consulter le **Zero Waste Beauty Report 2022**

LE CONCEPT D'EMBALLAGE CIRCULAIRE DE PRODUITS COSMÉTIQUES DESIGN4CIRCULARITY

Dans le cadre d'une collaboration inédite pour l'industrie des soins personnels, Clariant, Siegwark, Borealis et Beiersdorf ont combiné leur expertise pour relever le défi de la création d'emballages recyclables, basés à 100 % sur des déchets d'emballages plastiques récupérés, pour des applications cosmétiques. L'initiative, baptisée "Design4Circularity", propose des innovations et des idées pour les différents aspects de la conception afin d'encourager les autres à suivre également les principes de la conception pour la circularité.

Cette collaboration interprofessionnelle vise à réaliser un emballage véritablement circulaire en intégrant une réflexion sur le cycle de vie complet à chaque étape du développement, afin de créer une nouvelle norme pour l'industrie. L'emballage circulaire permet de réduire les déchets plastiques, d'utiliser moins de matières plastiques neuves ou vierges et de réduire l'impact sur le climat.

"Cette collaboration a été possible parce que tous les participants sont dévoués à l'économie circulaire, avec des programmes à l'échelle de l'entreprise et une compréhension holistique des systèmes impliqués. La circularité nécessite un changement complet dans la conception de l'emballage des produits et des matières premières d'emballage, en tenant compte de la possibilité de tri, du recyclage et de la fin de vie de l'emballage", a déclaré Richard Haldimann, Directeur général de la technologie et du développement durable de Clariant.

"Notre initiative est pionnière dans l'évaluation unique de la circularité dans chaque paramètre de conception, des additifs aux encres en passant par le matériau de la bouteille, en répertoriant les compétences de l'industrie, les lacunes potentielles et les points de preuve de la faisabilité afin d'ouvrir des solutions viables et finalement circulaires", a ajouté Stefan Haep, responsable de la technologie Brand Owner Collaboration chez Siegwark.

La mission consistait à concevoir une solution d'emballage qui crée un flux de déchets d'entrée plus propre et qui retrouve sa place dans le circuit dans des applications à haute valeur ajoutée. Elle devait également permettre d'obtenir les visuels de haute qualité et les formes distinctives que les consommateurs associent aux emballages et aux marques de cosmétiques.

Pour répondre à tous ces facteurs, l'innovation est centrée sur une bouteille en polyoléfine incolore contenant 100 % de PCR, entièrement enveloppée dans un manchon rétractable imprimé et désencrable. Tous les matériaux sont techniquement entièrement recyclables, avec la possibilité d'être récupérés et utilisés pour la même application.

Les paramètres critiques de conception comprenaient la composition des polymères et des additifs, la sélection des matériaux du manchon et de la bouteille, la possibilité de trier et de désencrer le matériau du manchon, la recyclabilité et la qualité du PCR.

Les premiers essais de tri dans l'infrastructure de recyclage existante ont prouvé la capacité de tri de la bouteille PEHD à manchon intégral, permettant une récupération élevée du matériau de la bouteille. En outre, l'équipe du projet a réalisé des essais avec des bouteilles PET transparentes à manchon intégral et a obtenu des résultats similaires.

De nouvelles avancées dans la technologie de tri sont nécessaires pour atteindre l'objectif ultime de l'économie circulaire, à savoir donner aux bouteilles incolores une seconde vie dans des applications incolores en conservant leur plus grande valeur. Des technologies telles que le filigrane numérique ou l'intelligence artificielle pourraient aider à atteindre de tels objectifs de durabilité.

HEINZ GLAS LANCE UNE GAMME DE PACKS PARFAITEMENT IMPARFAITS

Le verrier a présenté son dernier lancement lors du salon ADF/PCD (qui s'est déroulé à Paris les 29 et 30 juin). L'industriel a créé la surprise en proposant une ligne de flacons en verre comportant des anomalies et des "défauts" de fabrication. Le but étant de réduire les rebuts et d'avoir un impact environnemental plus faible.

La tendance est à l'aspérité. À l'instar du mouvement de libération des "légumes moches" portés par certains acteurs de la filière alimentaire, Heinz Glas a souhaité commercialiser une gamme de contenants aux malformations apparentes.

"Une bouteille avec un fond de travers ? Des joints de forme visibles ? Une surface irrégulière ou des bulles d'air enfermées ? Ce qui semble être une erreur à première vue est absolument voulu et devient du pur design ! Nous transformons quatre déviations de la norme en une esthétique aussi tendance qu'honnête. Les quatre imperfections peuvent être choisies librement selon le principe modulaire. Le verre est composé de matériaux naturels", explique Heinz Glas. Le concept est simple. Chaque client peut déterminer son niveau de défaut. Plus les écarts sont tolérés, plus le processus de fabrication est durable. De plus, chaque flacon ou pot contient 25 % de verre recyclé (PCR).

"Avec cette nouvelle série, nous plongeons au cœur de notre propre histoire. L'aspect rappelle délibérément le bon vieux métier de verrier, avec ses formes et ses couleurs", commente l'entreprise. *"Notre gamme 'Not a mistake' est durable, de haute qualité et fait de l'imperfection un élément de design".*

LUXE PACK MONACO : TOUJOURS PLUS DE DURABILITÉ CHEZ APTAR

À l'occasion de la tenue du grand rendez-vous des professionnels du packaging à Monaco (organisé au Grimaldi Forum entre le 3 et le 5 octobre), Aptar Beauty + Home a présenté ses nouveautés.

L'entreprise, spécialisée dans les systèmes de distribution, a mis au point une solution de recharge pour l'un de ses flacons. *“Gaïa, notre solution airless premium, s'enrichit d'un nouveau système de recharge qui l'élève à un degré supérieur de luxe durable, comme en témoigne son design : habillage en métal et coque transparente. L'écrin contient toutes les pièces techniques, ce qui permet à la cartouche d'être entièrement monomatériau (PE ou PP) et de faciliter le recyclage. La cartouche est éjectée par le fond par une simple pression, rendant le processus de recharge rapide et intuitif”*, explique Aptar Beauty + Home.

Niveau parfumerie, l'entreprise a présenté la gamme Essencia. *“Cette collection de sprays polyvalents réutilisables permettent de multiples variations, du spray longue durée au parfumage immédiat, en ajoutant de la sophistication à un produit essentiel. Avec son option de col à vis, Essencia est le partenaire idéal pour le remplissage en point de vente ou à la maison”*.

Enfin, Aptar Beauty + Home a conçu un flacon sans bouchon avec un système de verrouillage on/off (il suffit de tourner le disque dans un sens ou dans l'autre).

Ce flacon est 100 % monomatériau et donc parfaitement recyclable. Bonus, il est également 100 % e-commerce friendly, ce qui veut dire que le produit peut être envoyé en l'état au consommateur sans aucun risque de fuite.

LE GROUPE Pochet DÉCROCHE LE LABEL RELATIONS FOURNISSEURS & ACHATS RESPONSABLES

Le groupe Pochet continue sa course aux certifications. Après avoir eu le grade Or par Ecovadis en 2022, voici que l'entreprise se voit décerner le label Relations Fournisseurs & Achats Responsables. Une distinction qui crédibilise d'autant plus la dynamique de politique RSE menée par la société.

Ce label distingue les entreprises ou entités publiques françaises ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs.

Il est le seul du genre à être remis par les pouvoirs publics. Il est attribué pour une durée de trois ans sous réserve de vérification annuelle.

“L’obtention de ce label confirme l’engagement de longue date pris par le Groupe Pochet sur le plan de la qualité de ses relations avec les fournisseurs. C’est aussi la concrétisation des efforts constants des équipes Achats du Groupe Pochet et plus largement de la mobilisation de tous les collaborateurs”, a déclaré Serge Le Hénaff, Directeur des Achats du groupe. “Convaincus que nous avancerons grâce à une relation de confiance durable tout au long de notre chaîne de valeur, nous sommes le premier acteur du marché du luxe et de la beauté à recevoir ce label”.

© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2023
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

125,54 €
ISBN : 978-2-493362-00-1



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com