

Les Cosmetic Days et la cosmétique durable

Détails

Catégorie : [Nos entreprises ont du talent](#)

Publié le mardi 24 juin 2014 09:01



Les 4 et 5 juin 2014 avait lieu le congrès des Cosmetic Days, au cœur du village de Bercy à Paris. Cette nouvelle édition organisée à l'initiative de COSMED était dédiée à la cosmétique durable, l'occasion de faire le point sur les avancées scientifiques et techniques dans ce domaine.

Sujet vaste mais ô combien d'actualité dans les stratégies des entreprises de la cosmétique, la cosmétique durable était abordée sous le prisme du consommateur, du sourcing, de l'éco-conception, de la recherche scientifique. Autant de points de vue nécessaires pour faire le tour de la question à 360°.



Pour démarrer le congrès, Jean-Marc Giroux, président de Cosmed, a démontré l'intérêt d'une filière cosmétique durable en ces temps où le consommateur est plus que jamais sceptique sur cette industrie. Et pourtant la filière a bien compris l'enjeu du durable avec, parmi les 20 entreprises les mieux notées en faveur de l'environnement à l'échelle mondiale, la présence de 7 entreprises de l'industrie cosmétique.

L'industrie cosmétique agit tant au niveau des produits que des technologies, des relations humaines, pour faire bouger les choses. Et les choses bougent vite. Le Professeur Monsan à l'INSA, Directeur de TWB (Toulouse White Biotechnology) a présenté les enjeux des biotechnologies et leur utilisation en cosmétique. Le constat est clair, depuis 60 ans les biotechnologies et l'ingénierie enzymatique ont considérablement évolué et vont continuer à évoluer. Une aubaine pour la cosmétique qui ne pourra que bénéficier de ces avancées scientifiques pour s'ancrer dans le durable.

La première session de la matinée a laissé aux intervenants la parole pour aborder la cosmétique durable sous l'angle du marché et des consommateurs : «La cosmétique "green", naturelle et bio. Quels marchés ? Quel avenir ?». Ainsi, Samuel Gabory, et Betty Santonnat de COSMEBIO, ont présenté les résultats de l'étude prospective «Les marchés du Bio à horizon 2025 ».

Cette étude a été réalisée par COSMEBIO®, partenaire d'Organics Cluster dans ce projet. Elle a été le fruit d'un travail d'une quarantaine d'acteurs, d'experts nationaux (économistes, industriels, sociologues, distributeurs, producteurs, chercheurs) et du cabinet Futuribles. Elle a permis d'élaborer 4 scénarios dans le but d'aider les entreprises à enrichir leur réflexion sur leur stratégie et à mieux discerner ce qui est essentiel.

Gilles Degroote, Directeur d'Ethicity GreenFlex, est venu compléter cette session en parlant du consommateur. Le cabinet Ethicity a réalisé un bilan des 10 années d'études réalisées auprès des Français sur leur consommation. Ce consommateur a changé en 10 ans. Aujourd'hui, il se soucie plus de lui, de ses proches, de son bien-être et de sa santé. Le respect de l'environnement peut avoir des conséquences positives sur sa santé et c'est ainsi qu'il l'aborde. Les Français ont besoin de garanties, de preuves et de transparence. Ils sont de plus en plus demandeurs d'informations sur la traçabilité des matières premières, leur provenance, les lieux de fabrication des produits.

La perte de confiance dans les grandes entreprises n'a jamais été aussi forte (-28 pts en 10 ans). Il y a là un enjeu majeur pour ces entreprises vis à vis du consommateur français. Ce consommateur veut changer les choses. Il sait qu'il peut agir sur sa consommation. Et il va plus loin en s'impliquant : 70% des Français déclarent faire plus de choses eux mêmes comme le bricolage, le jardinage et aussi les cosmétiques maison. Ils sont aussi 70% à vouloir consommer plus malin.

Le reste de la première journée a été consacrée au sourcing et à la biodiversité avec de beaux exemples pour l'industrie cosmétique. M. Sauvain, Directeur de Recherche de l'IRD Lima (Institut de Recherche pour le Développement) est venu partager ses connaissances et ses actions dans la forêt amazonienne et plus particulièrement au Pérou. Ce pays à lui seul représente toutes les espèces de la planète. L'Amazonie regorge de cultures natives et de traditions médicinales millénaires, sources de santé et de beauté. Un travail de recensement de cette biodiversité est fait par l'IRD à l'aide des populations locales. Cette biodiversité est une réelle opportunité pour l'Amazonie, au même titre que l'éco-tourisme.

Par la suite, Laurence Pierrisnard, Directrice prospective et filières durables de L'Occitane est venue présenter les engagements en matière de biodiversité de l'entreprise. Culture d'appellation d'origine protégée (AOP) de lavande fine de Haute Provence, programme Immortelle bio en Corse ou Angélique bio dans la Drôme, autant d'exemples qui illustrent les engagements de L'Occitane dans l'utilisation de la biodiversité, sa préservation et le partage des avantages.

Monsieur Tagnan, Coordinateur de projets Burkina Faso pour L'Occitane a complété cette présentation avec l'exemplarité d'une filière mise en place au Burkina Faso sur l'arbre à Karité. L'Occitane achète plus de 600 tonnes de beurre de karité par an et s'est engagée auprès des femmes en charge des récoltes pour les accompagner, et ce depuis les années 80. Un bel exemple que nous ne manquerons pas de vous relater en détails lors d'un prochain article.

Les intervenants de l'après-midi ont tous mis en avant l'importance de respecter la biodiversité. Ils ont aussi mis en avant les relations humaines qui se lient entre producteurs et l'industrie cosmétique, des relations riches à entretenir équitablement.



Parmi ceux-ci étaient présents Romain Ruth, Directeur Général de Florame, Eric Chaisse Directeur du CRIEPPAM, M. Olivier, CEO de Sama Bioconsult mais aussi Valérie Cauche, Responsable Sourcing Ingrédients de Léa Nature. Tous ont pu témoigner de la richesse de la biodiversité et de l'enjeu de sa préservation.

La deuxième journée s'est ouverte sur une session axée sur la Chimie verte, bleue et blanche avec différents intervenants tels que D.Auriol, Directeur scientifique de Libragen / Induchem ou encore F. Jérôme Directeur de Recherche de l'Institut de Chimie des Milieux et Matériaux de Poitiers (CNRS). Les intervenants de cette session ont tous mis en avant les avancées scientifiques réalisées sur les dernières années et leur importance croissante dans la chimie verte et la formulation des produits cosmétiques.

A. Echard, R&D Project Manager de Berkem a illustré ces avancées avec l'exemple de Ko'zen®, un actif naturel issu du cognassier avec une méthode d'extraction respectueuse de l'environnement et des résultats très intéressants pour les peaux sensibles. Au même titre, J.C. Hubaud, CEO d'Helioscience est venu présenter un complexe naturel capable de protéger l'ADN et les cellules de la peau du soleil.

L'avant dernière session du congrès portait sur les éco-procédés, l'éco-conception et les éco-technologies. Elle a été initiée par l'emblématique J.C. Charpentier, Directeur de Recherche au CNRS venu parler avec fougue du génie des procédés et des possibilités qu'il réserve pour un futur plus propre avec des usines de « la taille d'une boîte à chaussures ».

En matière d'éco-conception, Aline Albergel de Direction Prospective Packaging de L'Occitane a partagé les réalisations et efforts de l'entreprise sur le sujet. L'Occitane s'engage en faisant de l'éco-conception un axe majeur de sa stratégie. Il est important de retenir que pour cette entreprise, le choix d'un packaging est le résultat d'un compromis à trouver entre la technique, l'esthétique, l'économie et l'éco-conception. Chaque collaborateur est mis à contribution avec une formation à son entrée. Un engagement de la direction permet de pouvoirs avancer sur le sujet. Un guide technique a été élaboré pour les équipes sur les emballages et les informations inhérentes afin que chaque salarié ait à sa portée les informations. A noter qu'une bonne idée éco-conçue peut parfois s'avérer mauvaise en fonction du fournisseur sélectionné et du nombre de kilomètres qui le sépare de l'usine. Afin de pouvoir faire les bons choix, l'ACV (Analyse du Cycle de Vie) reste un outil pratique.

Ce congrès a eu le mérite de montrer les avancées en matière de Développement Durable et les implications et applications pour l'industrie cosmétique. Il ne faut pas négliger le travail qui reste à accomplir et les temps de développement parfois longs mais une chose est sûre, l'industrie cosmétique est dans une logique d'amélioration indéniable.

Delphine RAYMOND - d.raymond@cosmeticinfopaca.com