

## ÉCOCONCEPTION

# La filière cosmétique veut séduire ses écoclients

Epicosm, marque de cosmétique savoyarde, privilégie la sobriété dans ses ingrédients et son emballage.

**Un « cosmétopole » (rassemblement organisé par Cosmed, premier réseau de PME-TPE de la filière cosmétique en France) se tenait à Lyon le jeudi 30 novembre. L'occasion d'échanger les bonnes pratiques pour verdifier sa marque.**

LÉILA OUFKIR

Les questions environnementales sont au cœur des préoccupations des entreprises de la cosmétique, et notamment les enjeux autour des emballages. Une étude montre que 22 % des consommateurs sont « éco-actifs » (très sensibles à l'écoconception), contre 18 % en 2022 (Sources : Rapport « Who cares? Who does? » Kantar World Panel, Observatoire des cosmétiques). Toujours plus nombreux, ces clients « écocentrés » incitent l'industrie au verdissement. Patrice Mulato, trésorier et membre du conseil d'administration de Cosmed (1 010 adhérents, soit 48 % des PME cosmétiques et 48 % de marques propres) précise : « Nous avons créé un service, Cosmed environnement, pour accompagner les entreprises dans leur mutation et préparer l'avenir



de la cosmétique. » Plusieurs options émergent : la vente en vrac, les flacons monomatériaux, les matières recyclées et recyclables ou encore les produits solides, les mixtures anhydres (poudres à mélanger chez soi), voire le plastique végétal issu de la betterave. Sur ce dernier point, Patrice Mulato est mitigé : « La terre étouffe. Fabriquer du plastique végétal, c'est recréer de la matière dont nous n'avons plus besoin. »

En Haute-Savoie, la société Nordmann (23 salariés ; 38,6 M€ de CA en 2022) est distributrice de matières premières de haute qualité pour l'industrie et la cosmétique. La directrice « marketing et commercial », Agnès Bigot, en convient : « La question des emballages est intéressante, même si nous ne nous en sommes pas emparés pour le moment. Nous essayons toutefois de limiter les déchets. Cela passe par une gestion des stocks et des dates de péremption

la plus rationnelle possible. Ce travail est mené quotidiennement par nos équipes, mais il n'y a pas de réflexion menée sur le long terme. Pour l'instant, cela ne bouge pas encore. »

La question des emballages est indissociable de la sobriété dans la composition et les formules cosmétiques (les INCI\*).

Il est une entreprise de cosmétiques, en Savoie, à La Ravoire, qui coche toutes les cases du contenant et du contenu éco-vertueux : Epicosm, dirigée par Estelle Piron, ingénieure et fondatrice de la marque en 2018 (6 salariés ; près de 500 000 € de CA en 2023). Sa réflexion pour des formules et des contenants neutres en carbone est poussée au maximum (lire encadré) : « J'ai conçu des soins à base d'huiles végétales, qui ne nécessitent aucun tensioactif, ni additif, ni dispositif airless [pompe empêchant l'air d'entrer et d'altérer le produit, NDLR] », expose la dirigeante. ■

## LE VERRE NOIR D'EPICOSM : PLUS VERT QUE TOUT

Estelle Piron (en photo), dirigeante fondatrice d'Epicosm, à La Ravoire (73), propose des produits « quatre en un » à base d'huiles végétales pour la peau. Ils se caractérisent par un minimum d'ingrédients et des contenants en verre moulé noir, robustes et recyclables : « J'ai choisi le verre parce que c'est la matière qui se recycle le mieux. Quand j'ai lancé ma marque, en 2018, je proposais des contenants en verre étiré pour mes sérums. Comme ils étaient très fragiles, je devais les protéger dans un emballage en carton recyclé. Puis, j'ai adopté le verre moulé pour en finir avec le double emballage, mais le flacon coûte beaucoup plus cher. » Estelle Piron a aussi troqué ses flacons à bille bi-matières (bille en inox) contre d'autres 100 % en verre. Restait à imaginer une astuce pour apposer les informations obligatoires : une étiquette en carton recyclé est donc clipsée sur le flacon.



\* La liste INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) est obligatoire en Europe depuis 1998.