

Alain Grangé Cabane

PRÉSIDENT
DE LA FÉDÉRATION
DES INDUSTRIES
DE LA PARFUMERIE



Campagnes écologistes, attaques d'associations de consommateurs, programme Reach..., l'industrie cosmétique affronte depuis plusieurs mois de sérieuses turbulences. *Cosmétique Magazine* a décidé de mener une série d'enquêtes sur toutes ces questions et inaugure ce cycle en donnant la parole au président de la Fip.

Nous réagirons systé

Le dialogue avec Greenpeace est-il possible ?

Il a commencé vers le mois de mai, à notre initiative. Nous avons invité les représentants de Greenpeace à la Fédération. Après deux heures de discussion, nous sommes convenus que nos positions ne sont pas si éloignées. Nous sommes notamment d'accord pour dire que les produits cosmétiques doivent être totalement sûrs ; c'est pour nous un postulat non négociable, qui est la base même du contrat de confiance qui nous lie à nos consommateurs. Les représentants de Greenpeace ont été surpris parce que nous leur avons proposé de nous rencontrer régulièrement. Ils sont ainsi venus une deuxième fois en juin. Nous leur avons proposé une nouvelle rencontre. A ce jour, Greenpeace ne nous a pas répondu.

Avez-vous pu aborder tous les sujets et avez-vous trouvé un terrain d'accord ?

Nous n'avons pas trouvé d'accord, mais nous avons clarifié plusieurs problèmes, au nombre de trois. D'abord, nous sommes d'accord sur l'objectif final qui est la totale sécurité du consommateur. D'autre part, nous avons confirmé notre soutien au projet Reach. Le

troisième point est à la fois un point d'accord et de désaccord : c'est ce que Greenpeace appelle le principe de «précaution» et que nous préférons appeler principe «d'anticipation». Pour Greenpeace, le principe de précaution veut que, dès qu'il y a la moindre mise en cause d'une substance, on la supprime. Nous, nous soutenons le principe d'anticipation, qui consiste à évaluer scientifiquement chaque substance et, s'il y a un doute scientifiquement sérieux, nous la remplaçons. Nous avons mis ce principe en pratique à plusieurs reprises, par exemple avec les CFC, qui étaient accusés d'élargir le trou dans la couche d'ozone, avec les éthers de glycol que nous avons supprimés, hormis les quatre dont l'innocuité est garantie, ou avec les dérivés bovins, ovins et caprins. Depuis des décennies, notre industrie a toujours précédé la réglementation. D'autant que nous avons la chance d'avoir, chez nos adhérents, des services de recherche dont les travaux font autorité.

Sur quels points le désaccord persiste-t-il ?

Il y a désaccord parce que Greenpeace part du principe que, dès qu'une substance est mise en cause par n'importe quelle affirmation, il faut immédiatement

la supprimer. Deuxième divergence : la question du danger et du risque. C'est un point un peu difficile à expliquer. Un grand nombre de substances, produites par la nature ou fabriquées par l'homme, sont intrinsèquement dangereuses, parfois mortelles. Citons parmi d'autres la morphine, le fluor ou la digitaline ; pourtant, on n'a rien inventé de mieux pour combattre respectivement la douleur, les caries ou certains problèmes cardiaques. La seule vraie question est donc : comment domestiquer les substances dangereuses pour en tirer le meilleur, afin que leur utilisation soit sans risque pour le consommateur. Pour l'instant, il est impossible de convaincre Greenpeace sur ce point. Il y a un vrai débat et nous ne céderons pas d'un pouce.

Peut-on convaincre des idéologues ?

Ce sont des gens sincères et nous ne remettons pas en cause leur conviction. Mais ils utilisent ce qu'on appelle la « pseudoscience », et c'est notre troisième point de divergence. La science obéit à des règles fondées sur la déduction, le raisonnement, la preuve... Greenpeace pose des affirmations et en tire des conclusions, sans jamais apporter de démonstration. Ainsi le fait que l'on retrouve des traces de substances dans le corps humain : si, par exemple, vous injectez un colorant anodin dans un organisme atteint d'une tumeur, en analysant cette tumeur, vous trouverez à coup sûr trace du colorant. Faut-il en déduire que le colorant a provoqué la tumeur ?

Enfin, dernière confusion, dont Greenpeace n'est certes pas à l'origine, mais dont ils usent et abusent : les

« Depuis des décennies, notre industrie a toujours précédé la réglementation »

matiquement aux attaques»

familles de produits. Là aussi, prenons un exemple simple : vous mangez des champignons, des morilles, des girolles, des cèpes. Pourtant, certaines amanites sont mortelles ; ce n'est pas pour cela que toute la famille des champignons doit être considérée comme dangereuse. C'est pourtant l'extrapolation que fait Greenpeace avec les éthers de glycol, famille très diverse ; notre industrie n'en utilise que quatre, dont l'innocuité a été démontrée dans les conditions où nous les utilisons. Cet amalgame relève de la pseudoscience et, pour le coup, de la manipulation.

Comment réagissez-vous aux campagnes qui induisent que les cosmétiques bio sont bons et les autres toxiques ?

C'est une affirmation erronée. Il n'y a pas, d'un côté, la nature qui serait bonne et, de l'autre, l'industrie méchante ou dangereuse ; la nature regorge de poisons mortels, tandis que l'industrie du médicament sauve des millions de vies. Arrêtons cette dichotomie angélique. Ainsi, par exemple, est-on allergique à une molécule,

qu'elle soit naturelle ou de synthèse. A cet égard, nous avons toujours précisé que ce n'est pas parce que 26 substances sont étiquetées sur les emballages qu'elles sont dangereuses ou interdites ; il n'y a donc pas de raison juridique de les supprimer des briefs créatifs.

Y a-t-il un risque pour toute la filière et comment comptez-vous communiquer auprès du public ?

Traditionnellement, c'est aux marques qu'il revient de communiquer avec leurs consommateurs ou leurs distributeurs. Nous avons, pour ce faire, fourni à nos adhérents toute l'information nécessaire ; si toutefois une communication institutionnelle s'avérait nécessaire, nous l'entreprendrions. Cela étant, nous n'avons pas l'impression que les consommateurs soient alarmés ou affolés. D'ailleurs, à ce jour, nous n'avons pas constaté de conséquences sur les ventes ; nous pensons que la raison va l'emporter. Il faut malgré tout être extrêmement prudents car cela pourrait, à terme, entamer la confiance. C'est pourquoi j'ai proposé à notre conseil d'administration d'infléchir notre politique de communication. Jusqu'à présent nous ne réagissons pas, sauf si... Désormais, nous réagirons systématiquement, à moins que... ! C'est un renversement de perspectives.

Comment la Fip s'implique-t-elle dans Reach ?

Nous sommes d'abord impliqués par l'intermédiaire du Colipa (1). Nous sommes ensuite cinq personnes, ici à la Fip, à être extrêmement actives dans ce dossier. En effet, l'industrie soutient les objectifs de Reach, tout

en souhaitant que cette future législation soit votée de manière à être pleinement applicable : notre industrie comptant beaucoup de PME, si Reach se transforme en cauchemar pour elles, alors elles ne pourront pas l'appliquer pleinement. Nous entretenons donc un dialogue constant avec les parlementaires, les membres de la Commission européenne ainsi qu'avec les autorités nationales en France.

Pourquoi s'est-on attaqué à cette industrie plutôt qu'à d'autres plus polluantes, voire toxiques ?

Certains peuvent penser que nous sommes le maillon faible, ce en quoi ils s'apercevront qu'ils se sont trompés ! Peut-être aussi parce que c'est plus payant en terme d'impact. Avec un produit d'hygiène ou de beauté, on est plus à l'aise, mieux dans sa peau ; on investit donc une grande part de soi-même quand on l'achète. Tout cela fait que nos produits sont très « impliquants » (au sens psychologique du mot). La tentation est donc grande de prendre notre industrie en otage, d'en faire un bouc émissaire !

PROPOS RECUEILLIS PAR VÉRONIQUE VIAUD



(1) Association européenne de notre industrie qui regroupe à Bruxelles 22 associations professionnelles et quelque 20 sociétés.