

Elections européennes 2024

**La filière française
des cosmétiques :**

**une industrie
essentielle**

pour l'Europe et les Européens

Les **7 propositions** de la FEBEA

Sommaire

L'industrie cosmétique, tellement essentielle pour la France et pour l'Europe

Essentielle pour **nos territoires**, au service de l'attractivité, de la réindustrialisation et de l'innovation

Essentielle pour **l'économie française et européenne**, au service du soft power et de la souveraineté de l'UE

Essentielle pour **la transition écologique**, grâce à des projets collectifs et innovants

Essentielle pour **les consommateurs**, grâce à une information fiable et transparente

Nos propositions pour une industrie cosmétique durable en Europe

- 1.** Garantir au secteur une stabilité normative et un cadre harmonisé
- 2.** S'appuyer sur les données et les travaux scientifiques pour légiférer efficacement
- 3.** Renforcer la confiance et la sécurité du consommateur



Acteur majeur de l'économie française, la cosmétique est un moteur du rayonnement international de la marque France et de la vitalité industrielle de notre pays.

Regroupant aussi bien de grands groupes internationaux, qu'un tissu de PME et de PMI implantées dans tous nos territoires, elle est un atout stratégique pour atteindre les objectifs de réindustrialisation et de souveraineté économique fixés par les pouvoirs publics. Compétitive et innovante, soucieuse du bien-être et de la protection du consommateur, la filière s'est engagée de manière volontariste dans la transition écologique.

Pour l'industrie cosmétique, les enjeux européens sont décisifs. En amont des élections européennes, le secteur, représenté en France par la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté) veut rappeler son ambition et les conditions qu'elle estime indispensables à la préservation d'une industrie française et européenne de la cosmétique forte et durable.

L'industrie cosmétique, tellement essentielle pour la France et pour l'Europe

● Essentielle pour nos territoires, au service de l'attractivité, de la réindustrialisation et de l'innovation

Fortement ancrée en France, l'industrie cosmétique contribue à l'attractivité industrielle de nos territoires à travers un écosystème d'entreprises unique au monde, allant de grands groupes leaders mondiaux à un réseau d'ETI, PME/TPE, qui représente 98% des acteurs du secteur et qui irrigue le tissu économique de l'ensemble de nos régions.

Le secteur participe aussi, partout en France, à la **vitalité de toute une série d'acteurs économiques,** de toute taille et intervenant à tous les niveaux de la chaîne de valeur : fournisseurs de matières premières, fabricants d'emballages, laboratoires de recherche et de formulation, distribution spécialisée et généraliste, parfumeries, salons de coiffure et instituts... Il entretient aussi des relations étroites avec l'amont agricole, qui lui fournit substances et ingrédients (huiles essentielles et plantes à parfum notamment).

Elle concilie préservation des savoir-faire et démarche d'innovation permanente.

Le succès de la cosmétique française s'explique notamment par **l'excellence des savoir-faire traditionnels** qui font souvent partie du **patrimoine culturel** de nos régions tout en participant à **l'attractivité de la « marque France »**. Ainsi, les savoir-faire du Pays de Grasse liés à l'art du Parfum ont été reconnus et inscrits en 2018 au patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'Unesco.

En parallèle, l'industrie investit fortement dans **l'innovation et la R&D**. La cosmétique fait ainsi partie des secteurs de pointe pour le nombre de brevets, par exemple en matière de biotechnologies, et compte plusieurs centres de recherche de réputation mondiale sur le territoire.

L'industrie cosmétique est pleinement engagée dans la réindustrialisation de notre pays, en investissant régulièrement pour ouvrir de nouveaux sites de production, réhabiliter ou développer de nouvelles capacités de fabrication sur les sites existants.

En cosmétique, le Made in France est la règle : non seulement les **sites de fabrication sont pérennisés** mais de nombreux nouveaux investissements industriels sont en cours ou à venir. Quelques exemples :

Clarins est en train de bâtir un second site de production à Troyes (Aube) moyennant un investissement total de 135 millions d'euros.

Sisley investit 45 millions d'euros dans la construction d'un nouveau site de production à Vendôme dans le Loir-et-Cher. 250 salariés devraient y travailler à terme. L'Occitane investira 18 millions d'euros sur les prochaines années pour les sites de Manosque (Alpes de Haute Provence) et Lagorce (Ardèche).

Si la quasi-totalité de la production de l'industrie cosmétique française est déjà réalisée sur le sol national, une étude PwC/FEBEA a montré qu'il existait un potentiel pour **relocaliser certains segments de la chaîne de valeur,** notamment dans les achats d'emballages et d'ingrédients. 31 segments ont été identifiés, parmi lesquels l'achat des extraits de plantes (végétaux) et des actifs de synthèse/Biotech.

3,1 brevets déposés par million d'€ en R&D, un chiffre au-dessus de la moyenne de l'industrie

● Essentielle pour l'économie française et européenne, au service du soft power et de la souveraineté de l'UE

Leader mondial, la cosmétique française représente un actif économique stratégique pour la France et l'Europe. Le secteur, est un élément essentiel du rayonnement de la France à l'international et des performances de son commerce extérieur.

En 2023, les exportations cosmétiques françaises ont franchi pour la première fois la barre symbolique des 20 milliards d'euros, en progressant de +10,8% en un an pour atteindre 21,3 milliards. Cette performance permet au secteur cosmétique de devenir le deuxième contributeur au solde positif de la balance commerciale, derrière l'aéronautique et devant les vins & spiritueux.

21,3 milliards d'euros d'exportation cosmétiques françaises

Instrument de soft power, la cosmétique est également un atout majeur pour la réindustrialisation et l'autonomie stratégique de l'Union européenne.

Le secteur représente 3 millions d'emplois en Europe, compte 8 500 PME sur le continent et s'impose comme un étendard de l'industrie européenne : leader, compétitive et exportatrice dans le monde entier. Au-delà des chiffres, la cosmétique constitue un élément du soft power français et plus largement européen, un actif de notre patrimoine immatériel qui fait rayonner nos savoir-faire et notre art de vivre partout dans le monde.

● Essentielle pour la transition écologique, grâce à des projets collectifs et innovants

La cosmétique française, leader du marché, joue un rôle moteur dans la transition écologique avec des engagements ambitieux et chiffrés, en avance de phase par rapport aux réglementations européennes et nationales.

Parmi les grands secteurs de l'économie, c'est l'un des plus volontaristes et des plus performants dans ce domaine. Avec une ambition : être le leader mondial d'une cosmétique durable.

Le secteur est également fortement engagé sur les sujets majeurs de l'eau et de la biodiversité.

Parce que l'eau est souvent le premier ingrédient des produits cosmétiques, la FEBEA élabore en 2024 son plan de sobriété hydrique, afin de diffuser les bonnes pratiques du secteur. La cosmétique est également l'un des secteurs sélectionnés pour élaborer une trajectoire collective sur la biodiversité dans le cadre des travaux du Ministère de la Transition écologique.

Cette exigence environnementale englobe toute la chaîne de valeur. En 2021, le secteur cosmétique a ainsi été le premier en France à présenter un plan d'actions collectif pour réduire son empreinte plastique : le « Plastic Act ». Cette démarche fédère et catalyse les énergies de l'ensemble des entreprises du secteur, petites, moyennes, et grandes, pour agir collectivement sur la baisse de l'utilisation de plastique dans les emballages, le développement du réemploi et la généralisation du recyclage et de l'utilisation de matière recyclée.

La cosmétique a choisi de jouer également un rôle actif dans la décarbonation de l'industrie.

Même si elle ne fait pas partie des filières concernées par la mise en place obligatoire d'une feuille de route, la cosmétique a pris les devants et va lancer en 2024 sa stratégie Climat, une feuille de route collective pour participer à la mobilisation de la France et atteindre l'objectif européen de -55% d'émission de gaz à effet de serre d'ici 2030.

● Essentielle pour les consommateurs, grâce à une information fiable et transparente

Conscients du lien particulier - quotidien et intime - qui les unit avec les consommateurs, les acteurs de la cosmétique conçoivent et produisent des produits sûrs, en application de la réglementation européenne reconnue comme étant l'une des plus strictes du monde.

Inspirée de la France, cette réglementation européenne de 2009 a ensuite initié une convergence mondiale des réglementations nationales dans un sens plus protecteur pour la santé et la sécurité des consommateurs partout dans le monde. La filière cosmétique française est ainsi une référence mondiale dans ce domaine.

Ce cadre réglementaire strict est le meilleur atout pour la sécurité des consommateurs et la compétitivité de la cosmétique européenne. Il donne la stabilité et la visibilité nécessaire aux entreprises cosmétiques européennes, et notamment françaises, pour investir, innover et mieux répondre aux nouvelles attentes des consommateurs partout dans le monde. Parce que cette réglementation permet de garantir la sécurité des consommateurs tout en assurant la compétitivité des entreprises de la filière, elle doit évoluer et s'adapter tout en restant préservée dans ses équilibres.

Le secteur est mobilisé pour renforcer encore l'information des consommateurs, grâce aux solutions numériques.

Devant le besoin d'information croissant des consommateurs et leur attente légitime de transparence, les entreprises cosmétiques ont considérablement renforcé leurs outils d'information. Collectivement, le secteur a lancé des applications de décryptage des ingrédients : CLAIRE en France, COSMILE en Europe. Les pouvoirs publics ont quant à eux souhaité renforcer l'information des consommateurs en multipliant les mentions obligatoires sur les emballages. Résultat : des emballages saturés de mentions souvent illisibles ou incompréhensibles.

Face à cette situation, il existe deux solutions : augmenter la taille des emballages ou privilégier l'information dématérialisée. C'est cette option que l'industrie défend, avec des travaux robustes qui permettront de démontrer la pertinence et l'utilité de la digitalisation pour les consommateurs.

Enfin, être essentiel pour le consommateur et les citoyens, c'est aussi être solidaires. La cosmétique est ainsi le premier secteur industriel pour la distribution d'inventus non-alimentaires.



Nos propositions pour une industrie cosmétique durable en Europe

Performante, engagée, la filière cosmétique est un atout majeur pour la France et l'Europe. Pour rester compétitive, elle devra relever plusieurs défis afin de **concilier transition écologique et réindustrialisation**.

Elle est ainsi confrontée à la montée en puissance de certains acteurs à l'international qui ont investi avec succès ce secteur depuis plusieurs années. Et elle va devoir continuer à investir pour **relever les défis de la transition écologique** et de la **poursuite de la réindustrialisation**. C'est pourquoi, la FEBEA présente aujourd'hui sa plateforme de **7 propositions pour préserver et développer l'industrie cosmétique en France et en Europe** au bénéfice des territoires, des Etats membres, des consommateurs et de la transition écologique.

3 axes prioritaires :

- **Garantir au secteur une stabilité normative et un cadre harmonisé**
- **S'appuyer sur les données et les travaux scientifiques pour légiférer efficacement**
- **Renforcer la confiance et la sécurité du consommateur**

1 Garantir au secteur une stabilité normative et un cadre harmonisé

PROPOSITION 1: Juguler l'inflation législative pour préserver la compétitivité du secteur, dans un contexte économique et concurrentiel exigeant

Cela doit passer concrètement par **une pause dans la production législative européenne en matière environnementale**. Cette pause donnerait le temps d'analyser en profondeur les impacts sur l'environnement et les entreprises des mesures adoptées dans le cadre du Pacte vert. Il est par exemple capital de veiller à ce que **les évolutions des obligations des entreprises**, dans le cadre de la révision des règlements REACH et CPR, **n'entraînent pas des complications administratives qui nuisent à leur compétitivité**. De même, il faut veiller à ce que la capacité d'innovation du secteur ne soit pas bridée par les nouvelles législations, à l'image de la proposition de directive qui vise à établir des vérifications ex-ante des allégations environnementales. La cosmétique est traditionnellement un secteur exportateur et nos entreprises soutiennent ainsi une politique commerciale européenne volontariste. L'UE devrait continuer la négociation de nouveaux accords commerciaux et assurer l'application des accords existants. Nous demandons par ailleurs dans le cadre des nouveaux accords un « volet cosmétique ». **Ces accords sont souvent l'une des seules garanties qui permet de protéger les produits cosmétiques** des pratiques discriminatoires qui peuvent exister sur les marchés des pays tiers.

PROPOSITION 2: Assurer une cohérence entre les législations nationales et européennes dans tous les domaines, et lutter contre les surtranspositions

Aujourd'hui, les mesures législatives prises par certains Etats membres vont à l'encontre du droit européen en nuisant à la liberté du commerce mais aussi à la compétitivité de leurs propres entreprises. C'est par exemple le cas de l'ordonnance prévue par la France, qui rendrait obligatoire la certification BPF des pratiques de fabrication et de conditionnement dans les usines en vue des exportations. La généralisation de ces certificats, aujourd'hui obtenus sur demande, menacerait directement la compétitivité des entreprises françaises dans le monde. Devant cette situation, il est indispensable de **renforcer les mécanismes européens de contrôle des mesures proposées au niveau des Etats membres**. Ainsi, des dispositifs comme le mécanisme TRIS pourraient être renforcés, avec un volet plus coercitif, pour amener les Etats à revoir les législations non-conformes au droit européen.

PROPOSITION 3: Lever toutes les barrières non tarifaires entre les Etats membres et garantir une mise en œuvre cohérente de la législation de l'UE, pour progresser vers un marché européen des cosmétiques parfaitement intégré

Il est nécessaire de maintenir les acquis de la réglementation européenne, qui a permis de garantir la sécurité des consommateurs tout en assurant la compétitivité des entreprises de la filière, mais aussi d'aller plus loin pour tirer tous les avantages d'un marché européen unique pour l'industrie et les consommateurs.

Cela nécessite de **mettre fin aux incohérences normatives, et aux différences d'interprétation et d'application des mesures entre les Etats membres**, qui créent des incertitudes et des obstacles pour les entreprises du secteur. Comment expliquer par exemple que la liste des substances endocriniennes ou l'interdiction de certaines allégations (notamment la notion de « biodégradable ») varient selon les Etats membres ?

2 S'appuyer sur les données et les travaux scientifiques pour légiférer efficacement

PROPOSITION 4: Garantir l'efficacité de l'action et de la législation européennes en s'appuyant sur des preuves scientifiques solides

Cela passe par **une meilleure préparation en amont des mesures législatives, en s'appuyant sur des travaux scientifiques et des études d'impact**. Par exemple, la révision de la directive sur les eaux urbaines résiduaires s'appuie sur une étude d'impact réalisée par la Commission dont nous avons dénoncé les faiblesses, les incohérences et les carences. L'impact est considérable puisque la conclusion de cette étude est de faire porter, sur les deux seuls secteurs cosmétique et pharmaceutique, la charge financière de la modernisation du traitement des eaux urbaines.

PROPOSITION 5: Renforcer le dialogue entre l'industrie, les scientifiques et les autorités publiques

A cet égard, la plateforme publique-privée Pepper, lancée en 2019, est un exemple de coopération réussie. Pepper mutualise ressources publiques et privées afin d'optimiser l'articulation entre les travaux de recherche (avec la contribution de plus de 70 experts) et les besoins exprimés par la société, l'industrie et les organismes réglementaires afin de traiter de manière plus efficace la question des perturbateurs endocriniens. Il est souhaitable d'assurer le financement du projet dans le futur, par exemple en passant **par un financement au niveau du budget européen**.

A l'opposé, la proposition de directive sur la dépollution des eaux urbaines résiduaires fait figure de contre-exemple. Pour rappel, les dispositions envisagées ne font peser le financement de cette dépollution que sur deux secteurs, cosmétique et pharmaceutique, sans prendre en compte les éléments scientifiques qui montrent le rôle des micropolluants présents dans cette eau et qui viennent d'autres émetteurs. Cette proposition va ainsi à l'encontre du principe « pollueur-payeur » inscrit dans les Traités.



PROPOSITION 6: Se détacher de la notion d'« essentialité », qui n'est pas fondée d'un point de vue scientifique, dans la législation sur la composition des produits

Pour rappel, la Commission européenne actuelle préconise d'introduire la notion d'essentialité dans la législation dans le cadre des révisions du Règlement REACH et du Règlement cosmétique. L'objectif étant de supprimer les substances jugées potentiellement dangereuses dans la composition des produits de consommation, avec une dérogation prévue pour les utilisations « essentielles » de ces substances pour la santé, la sécurité ou la bonne marche de la société.

Or, cette approche n'est pas fondée, dans la mesure où le Règlement cosmétique n'autorise, de toute manière, la mise sur le marché que de produits qui sont sûrs pour le consommateur et que c'est bien l'effet global du produit pour la personne qui l'utilise qui compte et pas les caractéristiques des substances qui le composent.

Si cette notion d'essentialité devait s'appliquer malgré tout et être utilisée comme outil de décision réglementaire, il est nécessaire de **veiller à ce qu'elle n'aboutisse pas à faire disparaître des produits, ou des catégories de produits, sûrs pour le consommateur.**



3 Renforcer la confiance et la sécurité du consommateur

PROPOSITION 7: Privilégier la dématérialisation pour garantir une information complète, fiable et objective sur les produits cosmétiques, alors que les emballages sont déjà saturés de mentions obligatoires

Aujourd'hui, la dématérialisation de l'information est déjà utilisée en France concernant la présence de certaines caractéristiques environnementales des produits (recyclabilité des emballages, présence de certaines substances, etc.). Il serait tout à fait envisageable **de choisir la même approche pour l'information sur les substances contenues dans les produits.**

Cette approche permettrait de poursuivre les objectifs de développement durable du Pacte Vert car la multiplication des mentions (numéro de lot, précautions d'emploi, contenance, durabilité...) peut constituer un frein à l'objectif de réduction des emballages poursuivi par l'industrie et les pouvoirs publics.

Par ailleurs, l'étiquetage digitalisé permet de mieux protéger la santé des consommateurs en gagnant en réactivité. Ainsi, si une substance venait à être identifiée comme possible allergène par des travaux scientifiques, cette information pourrait être très facilement et très rapidement ajoutée dans l'étiquetage dématérialisé.

Cette approche a déjà été explorée pour le secteur des vins et spiritueux et facilite également les exportations de ces catégories de produits.

La création à terme d'un véritable « passeport » digital pour les produits permettrait d'harmoniser l'information du consommateur partout dans l'Union européenne.



137 rue de l'Université - 75007 PARIS
Tél. 01 56 69 67 89
www.febea.fr
[@leLabdeClaire](https://www.instagram.com/leLabdeClaire)

