

JOURNÉE INTERNATIONALE DE LA RECHARGE

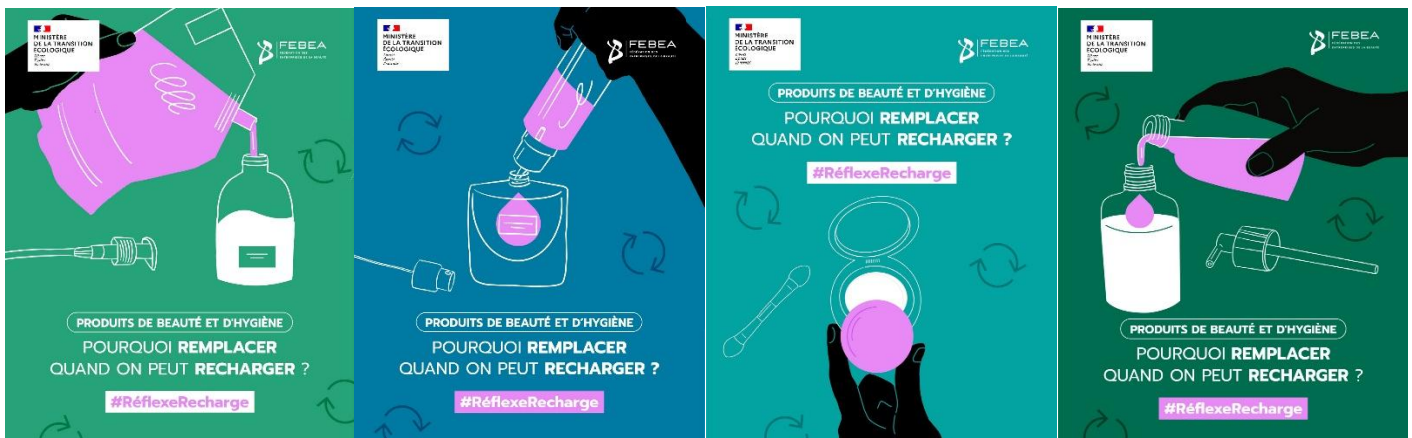
PRODUITS DE BEAUTÉ et D'HYGIÈNE : Pourquoi remplacer quand on peut recharger ?

À l'occasion du 16 juin, le secteur cosmétique invite les consommateurs à adopter le #RéflexeRecharge

Et si le prochain geste beauté à adopter n'était pas d'acheter un nouveau flacon, un nouveau pot ou un nouveau boîtier, mais de conserver celui que l'on possède déjà ? À l'occasion de la Journée internationale de la recharge, le 16 juin, la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté) et le Ministère de la Transition Écologique invitent les consommateurs à adopter un réflexe simple : opter pour des produits cosmétiques rechargeables.

Avec sa campagne « Pourquoi remplacer quand on peut recharger ? », réalisée avec le soutien du Ministère de la Transition Écologique, la FEBEA souhaite mieux faire connaître les solutions de recharge déjà proposées par les entreprises cosmétiques, encourager leur adoption par les consommateurs et installer progressivement un nouveau geste dans les routines beauté : le #RéflexeRecharge.

Dans cette dynamique, l'ensemble du secteur se mobilise : plus d'une dizaine de marques cosmétiques relayeront également cette initiative en communiquant, le même jour, sur leurs offres de recharge.



La recharge, un réflexe déjà présent mais encore à généraliser

Flacon de shampoing ou de parfum, pot de crème, soin capillaire, nettoyant, démaquillant ou encore maquillage : la recharge concerne aujourd'hui **un nombre croissant de catégories cosmétiques**. Longtemps associée aux seuls produits d'hygiène, elle s'étend désormais à l'ensemble de la routine beauté.

Selon une étude menée par Senseva pour la FEBEA en juin 2025^{1*}, **59 % des consommatrices de cosmétiques déclarent avoir acheté des recharges au cours de l'année écoulée**. Un signe encourageant, qui montre que la recharge s'installe dans les usages, mais qui révèle aussi un enjeu : faire de cette solution non plus un choix occasionnel, mais un réflexe d'achat plus systématique.

Car si la recharge progresse, elle reste encore parfois insuffisamment identifiée par les consommateurs. L'étude met notamment en évidence plusieurs freins à son adoption : une disponibilité parfois limitée en magasin, un manque d'information claire, ainsi qu'une méconnaissance de l'existence de recharges pour certaines catégories de produits.

¹ Étude menée par Senseva pour la FEBEA comprenant une phase qualitative avec 4 focus groupes de 8 consommatrices et phase quantitative réalisée en ligne du 20 avril 2025 au 1er mai 2025 auprès d'un échantillon de 2251 femmes consommatrices de cosmétiques. Échantillon représentatif de la population française de plus de 16 ans sur les critères d'âges, de CSP et de répartition géographique.

C'est pour répondre à ces freins que la FEBEA souhaite aujourd'hui rendre la recharge **plus visible, plus compréhensible et plus accessible**.

Changer de réflexe, sans changer toute sa routine

Adopter la recharge ne signifie pas bouleverser ses habitudes du jour au lendemain. Il s'agit d'abord d'un geste simple : regarder si son produit habituel existe en recharge, conserver le contenant lorsqu'il est conçu pour être réutilisé, et penser à cette solution au moment de renouveler un achat.

« La recharge répond à trois attentes très concrètes des consommateurs : réduire les emballages, maîtriser son budget et simplifier certains gestes du quotidien. L'enjeu est désormais de rendre cette solution plus visible, plus compréhensible et plus naturelle au moment de l'achat. C'est tout le sens de la campagne "Pourquoi remplacer quand on peut recharger ? Le sujet de la réduction des emballages est aussi au cœur de l'actualité, avec les annonces du gouvernement d'une stratégie emballages 2026-2030. »

Emmanuel Guichard, délégué général de la FEBEA

À l'occasion de la Journée internationale de la recharge, la FEBEA invite donc le grand public à adopter le **#RéflexeRecharge**. À l'échelle individuelle, ce geste peut sembler simple. Mais répété à l'échelle de millions d'achats, il devient un levier important pour réduire les emballages et encourager de nouveaux usages de consommation.

Trois bonnes raisons d'adopter la recharge

Pour **Stéphanie Lumbers, directrice du développement durable de la FEBEA**, la recharge est une solution concrète, à la fois environnementale, économique et pratique : « La recharge est un geste simple, mais puissant : elle permet de prolonger la durée de vie des contenants, de réduire les emballages et, dans de nombreux cas, de mieux maîtriser son budget. L'enjeu est maintenant de la rendre plus évidente au moment de l'achat. »

1. Réduire les emballages

Le premier bénéfice de la recharge est de prolonger la durée de vie de son emballage. En conservant son flacon, son pot ou son boîtier, le consommateur évite de racheter un emballage complet lorsque celui-ci peut être réutilisé. En allongeant la durée de vie du contenant principal, la recharge permet ainsi de réduire les déchets d'emballage. Elle s'inscrit pleinement dans les démarches engagées par les entreprises cosmétiques pour limiter leur impact environnemental.

2. Faire des économies

Dans de nombreux cas, la recharge permet de ne payer que le produit nécessaire, ce qui peut représenter un avantage économique pour les consommateurs. Alors que le prix reste un critère important dans les choix d'achat, la recharge répond à une double attente : consommer de manière plus responsable, tout en maîtrisant son budget.

3. Gagner en praticité

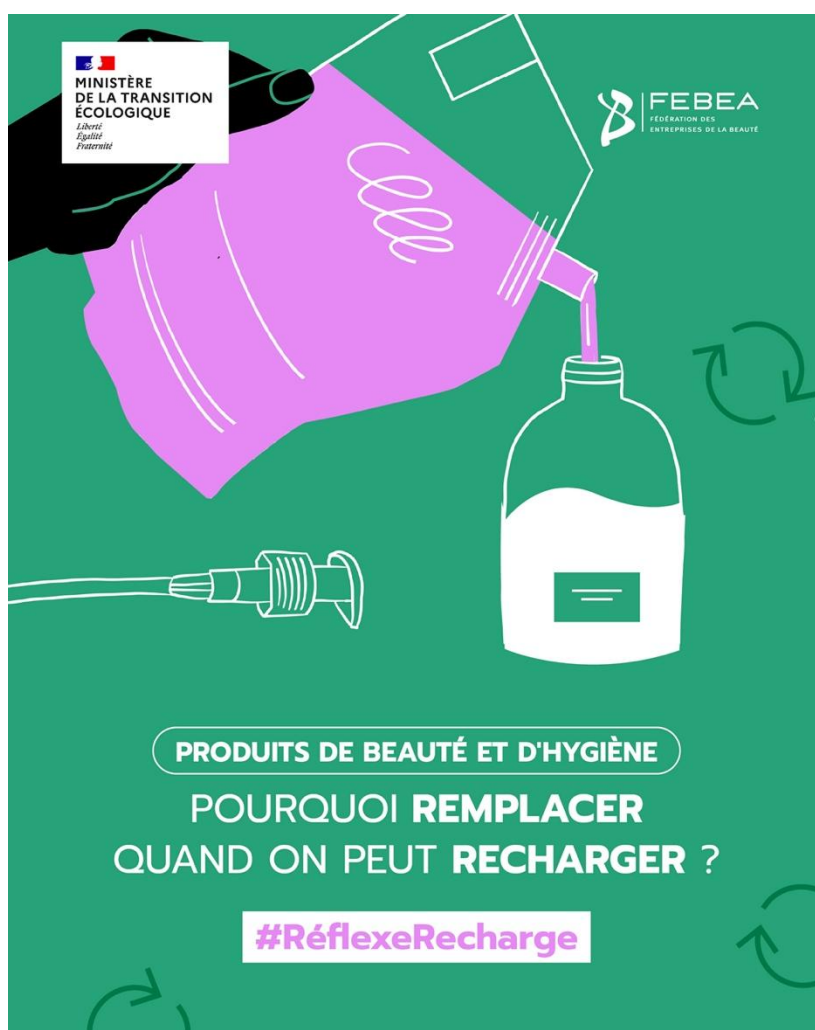
La recharge n'est pas seulement un geste environnemental. Elle constitue également une solution pratique : plus légère à transporter, plus facile à stocker, elle permet de conserver un contenant que l'on apprécie. Formats souples, recharges compactes, cartouches, godets ou flacons à transvaser : selon les catégories de produits, plusieurs systèmes existent pour s'adapter aux usages et aux habitudes de chaque consommateur.

Un nouveau réflexe beauté à installer

Avec le **#RéflexeRecharge**, la FEBEA souhaite accompagner une évolution simple des comportements : ne plus remplacer systématiquement, mais se demander, au moment de l'achat, si une recharge existe.

La recharge ne remplacera pas tous les formats ni tous les usages. Mais lorsqu'elle est disponible, clairement identifiée et adaptée au produit, elle constitue une solution concrète pour réduire les emballages, préserver le plaisir d'usage et accompagner les consommateurs vers des gestes plus responsables.

Pourquoi remplacer quand on peut recharger ?



À PROPOS DE LA FEBEA

La FEBEA – Fédération des Entreprises de la Beauté – est le syndicat professionnel des fabricants de produits cosmétiques (parfums, maquillage, produits de soin, d'hygiène, de toilette et capillaires). Elle rassemble plus de 300 entreprises, dont **82% de TPE et PME** et **67% d'entreprises situées en région**.

CONTACTS PRESSE

FEBEA : Audrey Plaud Peauger – apeauger@febea.fr – 06 50 84 49 91
THE DESK : Léonie Kuschnick – leonie@agencethedesk.com – 06 40 55 60 28