



Présidentielle 2022

Avec les entreprises cosmétiques, faisons rayonner la marque France

22 propositions de la Fédération
des Entreprises de la Beauté

La FEBEA - Fédération des Entreprises de la Beauté, est le syndicat professionnel des entreprises du secteur cosmétique (parfumerie, maquillage, produits de soin, d'hygiène, de toilette ou capillaires). Elle rassemble plus de 350 entreprises françaises de la beauté et du bien-être, dont 82% de TPE et PME

EDITO

L'industrie cosmétique est l'un des acteurs majeurs de notre économie, en France et dans le monde : troisième contributeur au solde positif du commerce extérieur, elle réalise aujourd'hui 24 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Sur notre territoire, la filière cosmétique emploie 246 600 personnes, dont 164 000 emplois directs. Et avec 82% de PME/TPE, nous sommes un moteur essentiel de la vitalité du tissu économique national.

Les années qui viennent seront décisives pour ancrer encore davantage cette dimension stratégique du secteur de la cosmétique pour notre pays : nous voulons avec le soutien des décideurs publics,

« Faire de notre industrie le leader mondial d'une cosmétique durable »

faire de notre industrie le leader mondial d'une cosmétique durable. A l'heure où les questions de réindustrialisation, de relocalisation, de souveraineté économique, de transition écologique s'imposent comme des ambitions unanimement partagées, nos entreprises sont un atout puissant pour notre pays.

Elles s'emploient à faire rayonner le « Fabriqué en France » autour d'un modèle économique fondé sur quatre critères de réussite : un écosystème national de production qui intègre l'ensemble de la filière ; une forte capacité d'innovation ; des actions pionnières en faveur de la protection de l'environnement et un haut niveau de compétitivité à l'international. Chaque jour, nous nous engageons pour faire plus, et faire mieux : en 2021, notre secteur a été le premier à définir un plan d'action collectif - le Plastic Act - pour réduire son empreinte plastique d'ici 2023.

Si l'industrie cosmétique avance et réussit, elle a aussi besoin d'être soutenue pour prendre de nouveaux engagements.

Dans ce projet présidentiel, nous avons défini 4 axes thématiques et élaboré 22 propositions que nous considérons essentielles pour faire de notre secteur **le fer de lance d'un « Fabriqué en France » encore plus performant et plus durable** :

- **L'attractivité industrielle**, avec une baisse continue des impôts de produits, le maintien du Crédit d'impôt Recherche (CIR), la fin des barrières non tarifaires, ou encore l'harmonisation européenne, notamment avec la fin de la sur-réglementation ;
- **La transition écologique**, pour accompagner la décarbonation de notre industrie et développer l'économie circulaire et notamment le recyclage ;
- **La protection du consommateur**, avec une meilleure transparence de l'information et surtout le maintien des plus hauts standards de sécurité européens des ingrédients et des produits ;
- **Enfin, l'emploi et le développement des compétences**, pour soutenir l'attractivité des métiers de l'industrie cosmétique et anticiper les mutations des métiers liées aux évolutions technologiques et sociétales.

La réussite d'un secteur comme le nôtre dépend de la détermination de ses acteurs à s'adapter, se transformer et s'engager. Elle dépend aussi de la confiance dans son environnement politique, économique et sociétal. Aux responsables qui piloteront les politiques publiques du prochain quinquennat, **nous lançons cet appel : pour faire de l'industrie cosmétique de notre pays un leader mondial symbole du « Fabriqué en France », considérez-la comme un véritable secteur stratégique pour notre pays !**

Emmanuel Guichard, Délégué général de la FEBEA

EN
FRANCE

LE SECTEUR COSMÉTIQUE EN CHIFFRES CLES

24 MRD€
DE CHIFFRES
D'AFFAIRES 2018
(fabrication cosmétique,
domestique et exportations)

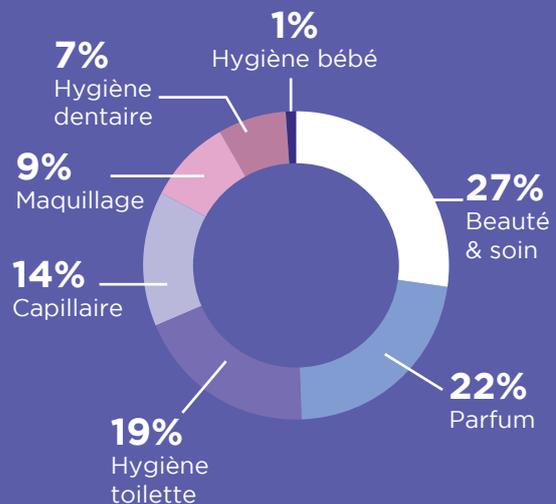
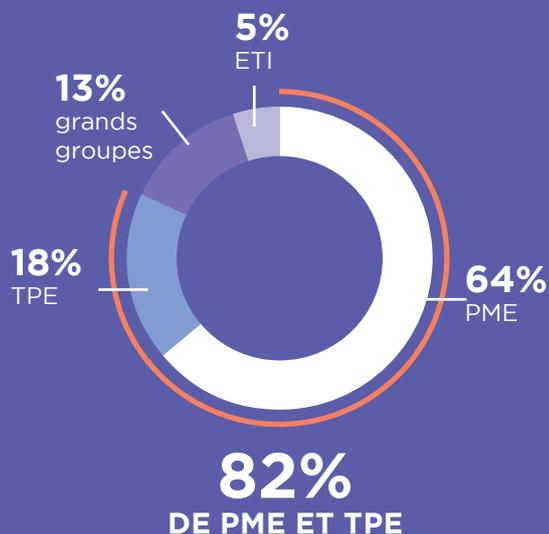
164 000
EMPLOIS DIRECTS
POUR LA FILIÈRE

NOS ADHÉRENTS
REPRÉSENTENT
95%
DU CHIFFRE D'AFFAIRES
RÉALISÉ SUR LE MARCHÉ
COSMÉTIQUE EN FRANCE

67%
DES ENTREPRISES
SONT IMPLANTÉES
EN RÉGION

LA R&D COSMÉTIQUE EST
LA PLUS IMPORTANTE
AVEC

3,6
BREVETS DÉPOSÉS PAR
MILLION D'EUROS EN R&D
(1 500 brevets en 2017)



À L'EXPORT

Avec **16,2** milliards d'euros de produits exportés en 2021,
LA FRANCE RESTE LE PREMIER EXPORTATEUR MONDIAL DE LA COSMÉTIQUE

PLUS DE

4/5

DES EXPORTATIONS FRANÇAISES SONT DES PRODUITS DE MAQUILLAGE, DES SOINS DU VISAGE ET DES PARFUMS

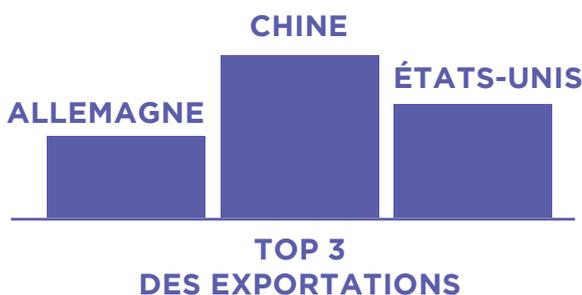
IMPORTATIONS

3,3 MRDS€ **≪** **16,2** MRDS€

EXPORTATIONS

BALANCE COMMERCIALE

+12,9 MRDS€

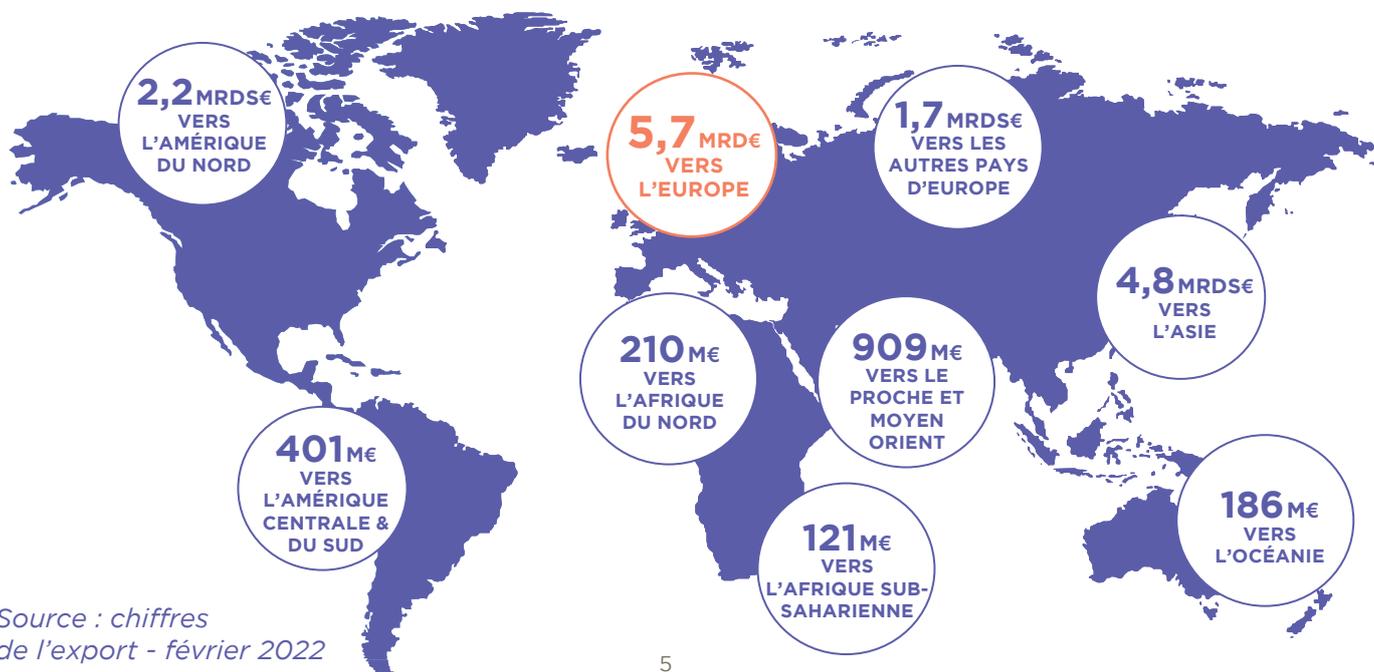


LES PLUS FORTES PROGRESSIONS 2019-2021

+56%
VERS LA CHINE

+26%
VERS HONG-KONG

LES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE COSMÉTIQUES



Source : chiffres de l'export - février 2022

SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS

Dans son projet présidentiel, la FEBEA a défini 4 axes thématiques et élaboré 22 propositions qu'elle considère comme essentielles pour faire du secteur cosmétique le fer de lance du Fabriqué en France à l'international.

AXE 1 | RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ INDUSTRIELLE DE LA FRANCE ET LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES COSMÉTIQUES

- 1 Favoriser l'attractivité du site France en garantissant **un cadre juridique et fiscal en cohérence avec le cadre européen**
- 2 Assurer la production en France de certains segments de la chaîne de valeur et poursuivre la baisse des **impôts de production** pour soutenir le développement d'une cosmétique « Fabriquée en France »
- 3 **Sanctuariser le crédit impôt recherche** afin de maintenir la dynamique d'innovation du secteur, leader en matière de dépôt de brevets en France, par exemple pour le développement des biotechnologies
- 4 Garantir une instance de dialogue pérenne avec les pouvoirs publics à travers **le comité de filière cosmétique**
- 5 Renforcer la compétitivité des entreprises françaises au sein du marché européen **en mettant fin aux barrières non tarifaires introduites par la France et aux surtranspositions des directives communautaires**
- 6 **Renforcer la protection des savoir-faire** vis-à-vis des grands marchés dans le respect des règles du droit de la concurrence internationale
- 7 Recréer de la valeur dans la filière cosmétique en assurant **des relations équilibrées avec la grande distribution**
- 8 Soutenir la vitalité de la création d'entreprises cosmétiques et **accompagner les jeunes pousses à l'export**

AXE 2 | SOUTENIR L'ACCÉLÉRATION DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ENGAGÉE PAR LES ENTREPRISES COSMÉTIQUES

- 9 S'appuyer sur le plan d'investissement France 2030, **pour accélérer le développement d'emballages éco-conçus et mettre en place une filière industrielle française en pointe sur le recyclage des plastiques, et notamment le recyclage chimique**
- 10 Poursuivre le dispositif d'aides financières de l'ADEME en faveur des **projets de transition écologique des PME** : guichet « Tremplin pour la transition écologique des PME »
- 11 Reconnaître un statut de plastique à usage multiple aux résines recyclées
- 12 Contribuer à l'objectif de décarbonation de l'économie française **en étendant le dispositif de sur-amortissement aux investissements réalisés dans les PME**
- 13 Co-construire **des projets de recherche scientifique associant public/privé**, afin de mieux mesurer l'impact de certains ingrédients sur les écosystèmes

AXE 3 | RENFORCER LA CONFIANCE ET LA SÉCURITÉ DU CONSOMMATEUR PAR UNE INFORMATION FIABLE ET TRANSPARENTE

- 14 **Conserver une réglementation européenne des produits cosmétiques**, garante des plus hauts standards mondiaux en matière de sécurité du consommateur
- 15 Encadrer les outils d'information destinés aux consommateurs afin de **garantir une information sincère, fiable et objective sur les produits de consommation**
- 16 Privilégier **la dématérialisation de l'information** pour les produits cosmétiques pour être en mesure de délivrer une information complète et circonstanciée aux consommateurs
- 17 Privilégier **l'auto-régulation et les démarches volontaires** en matière de publicité

AXE 4 | RÉPONDRE AUX NOUVELLES MUTATIONS DES MÉTIERS

- 18 Engager **la baisse du coût du travail intermédiaire** pour libérer les salaires des emplois qualifiés
- 19 Maintenir le **dispositif incitatif en faveur de l'apprentissage** mis en place depuis 2020
- 20 Promouvoir l'attractivité des filières scientifiques et des métiers industriels **dès l'enseignement secondaire** par le déploiement d'un véritable service public de l'orientation
- 21 **Renouveler l'offre de formation** pour l'adapter aux enjeux du digital et faciliter le recrutement dans les métiers en tension
- 22 Redonner **de l'autonomie aux entreprises et aux partenaires sociaux** dans la gestion des politiques de formation professionnelle, pour anticiper leur adaptation **aux mutations des métiers**

AXE 1 : Renforcer l'attractivité industrielle de la France et la compétitivité des entreprises cosmétiques

LES ENJEUX

À l'heure où les impératifs de réindustrialisation, de relocalisation, de souveraineté économique, s'imposent comme des priorités unanimement partagées, nos entreprises cosmétiques sont un atout majeur pour notre pays.

Fortement **ancrée en France** à travers un écosystème de grandes entreprises, ETI, PME/TPE, unique au monde, l'industrie cosmétique contribue déjà au développement, sur tout le territoire, de bassins d'emplois qui sont reconnus mondialement pour leur niveau d'expertise et leur capacité d'innovation.

Concrètement, les marques de produits cosmétiques contribuent à **la vitalité de tout un écosystème de partenaires** : fournisseurs de matières premières, producteurs de machines-outils, laboratoires, distribution spécialisée et généraliste, parfumeries, salons de coiffure et instituts, de toutes tailles, aux quatre coins du pays.

Cependant, pour continuer à relever le défi de la souveraineté économique et de la compétitivité des entreprises, et pour continuer aussi à attirer les investissements internationaux en France, plusieurs leviers d'action apparaissent comme prioritaires : poursuivre la baisse des impôts de production, sanctuariser le crédit d'impôt recherche afin de maintenir la dynamique d'innovation, s'assurer que les réglementations européennes et internationales ne pénalisent pas les entreprises françaises, ni, in fine, l'attractivité du site France.

C'est pourquoi, les entreprises cosmétiques souhaitent être parties prenantes de la dynamique de réindustrialisation impulsée par le plan de relance. Elles proposeront des projets de rapatriement de certains achats de la filière en France, avec le soutien nécessaire de l'Etat.

NOS ACTIONS

-  Relocalisation de certains achats de la filière **en France** (voir encadré ci-contre)
-  Le secteur cosmétique a fait de la marque France un avantage concurrentiel, lui permettant d'asseoir sa position de leader mondial

NOS PROPOSITIONS

- 1 Favoriser l'attractivité du site France en garantissant **un cadre juridique et fiscal en cohérence avec le cadre européen**
- 2 Assurer la **production en France de certains segments de la chaîne de valeur** et poursuivre la **baisse des impôts de production** pour soutenir le développement d'une cosmétique « Fabriquée en France »
- 3 **Sanctuariser le crédit impôt recherche** afin de maintenir la dynamique d'innovation du secteur, leader en matière de dépôt de brevets en France, par exemple pour le développement des biotechnologies
- 4 Garantir une instance de dialogue pérenne avec les pouvoirs publics à travers **le comité de filière cosmétique**
- 5 Renforcer la compétitivité des entreprises françaises au sein du marché européen **en mettant fin aux barrières non tarifaires introduites par la France et aux surtranspositions des directives communautaires**

EXEMPLES DE SURTRANSPOSITIONS/NON-CONFORMITÉS SUBIES PAR LES ENTREPRISES FRANÇAISES :

- Pénalité en cas d'apposition du logo Point Vert sur les emballages
- Obligations d'étiquetage alors que la voie digitale prime au niveau européen
- Interdiction de l'allégation biodégradable alors même que le secteur cosmétique est en pointe sur le développement de formules biodégradables
- Interprétation plus restrictive des textes européens de la part des administrations françaises

- 6 **Renforcer la protection des savoir-faire** vis-à-vis des grands marchés dans le respect des règles du droit de la concurrence internationale
- 7 Recréer de la valeur dans la filière cosmétique en assurant **des relations équilibrées avec la grande distribution**
- 8 Soutenir la vitalité de la création d'entreprises cosmétiques et **accompagner les jeunes pousses à l'export**

La cosmétique s'engage

La relocalisation des achats en France



Le secteur cosmétique est un des symboles du succès du Fabriqué en France. Pour aller encore plus loin, et contribuer à la reconquête industrielle, le secteur a mandaté le cabinet PwC pour la réalisation d'une étude visant à déterminer les achats sur lesquels les marques de cosmétiques ont une dépendance à l'importation, et pour identifier les opportunités de relocalisation de certains achats. **Très concrètement, dès février 2022, un programme de relocalisation de ces achats sera mis en œuvre sur plusieurs segments prioritaires de la chaîne de valeur.**

AXE 2 : Soutenir l'accélération de la transition écologique engagée par les entreprises cosmétiques

LES ENJEUX

Face à l'urgence écologique et à une pression accrue sur les ressources disponibles, l'industrie cosmétique est convaincue de la nécessité de réduire l'empreinte environnementale de ses produits et de prendre toute sa part pour atteindre les objectifs de décarbonation fixés par les traités internationaux.

L'exigence environnementale du secteur cosmétique, des PME aux grands groupes internationaux, englobe toute la chaîne de valeur. Elle passe d'abord par l'éco-conception des emballages et des formules, l'évaluation d'impact environnemental, la lutte anti-gaspillage, et le sourcing local de produits et la décarbonation de la production¹.

Permettre de bénéficier des bienfaits de la nature à travers les produits cosmétiques, sécuriser des filières de matières premières, garantir des ressources renouvelables, concevoir des formules et emballages dans une perspective d'économie circulaire, ... sont autant d'objectifs très concrets, déjà au cœur des stratégies de nos entreprises.

L'industrie cosmétique n'a pas attendu la loi AGECL de 2020 et le Pacte vert européen pour lancer sa transition écologique, bâtir des solutions concrètes et se fixer des objectifs ambitieux. Pour preuve, avec le lancement en juin 2021 de son « Plastic Act », **le secteur cosmétique a été le premier et reste aujourd'hui le seul secteur à se doter collectivement d'objectifs chiffrés ambitieux pour réduire son empreinte plastique d'ici 2025**. Encore très récemment, le secteur a décidé de lancer plusieurs initiatives volontaires sur l'affichage environnemental, alors même qu'il ne fait pas partie des secteurs soumis à une telle obligation.

Pour que le secteur des cosmétiques puisse réussir sa transition écologique et s'impose comme leader mondial de la cosmétique durable, il est aujourd'hui nécessaire de préparer les grandes mutations à venir grâce à des investissements ciblés, en coopération avec l'État. Il s'agit notamment de pérenniser les outils qui ont produit leurs premiers effets - notamment le dispositif d'aides financières de l'ADEME en faveur des projets de transition écologique des PME - et ceux qui ont été récemment lancés comme le plan d'investissement France 2030, notamment en faisant du développement du recyclage une priorité nationale.

Le secteur cosmétique sera particulièrement attentif à ce que ses TPE /PME, puissent être associées aux projets structurants et bénéficier des aides financières incitatives en faveur de la transition écologique.

NOS ACTIONS

-  Lancement d'un consortium de recherche pour développer des emballages durables : substitution d'emballages souples en plastique par des emballages en papier/carton
-  Déploiement d'un outil d'éco-conception des emballages mutualisé pour toutes les entreprises du secteur
-  Création d'une plateforme publique-privé pour renforcer la recherche sur l'identification des perturbateurs endocriniens
-  Lancement d'un consortium pour mettre en place un affichage environnemental des produits cosmétiques

NOS PROPOSITIONS

- 9 S'appuyer sur le plan d'investissement France 2030, **pour accélérer le développement d'emballages éco-conçus et mettre en place une filière industrielle française en pointe sur le recyclage des plastiques, et notamment le recyclage chimique**
 - 10 Poursuivre le dispositif d'aides financières de l'ADEME **en faveur des projets de transition écologique des PME** : guichet « Tremplin pour la transition écologique des PME »
 - 11 Reconnaître un **statut de plastique à usage multiple** aux résines recyclées
- PLASTIQUE RECYCLÉ : LE PARADOXE FRANÇAIS**
- La loi AGEC a créé une situation paradoxale en fixant des injonctions contradictoires à long terme. D'une part, elle fixe des objectifs ambitieux d'incorporation de plastique recyclé (notamment tendre vers 100% de plastique recyclé d'ici le 1er janvier 2025), qui demandent des investissements massifs en vue de recycler les plastiques avec des technologies nouvelles et innovantes.
- D'autre part, en fixant un objectif de fin du plastique à usage unique d'ici 2040, elle empêche l'amortissement de ces mêmes investissements. Il convient donc de sécuriser les investissements réalisés par les entreprises pour le développement du recyclage.
- 12 Contribuer à l'objectif de décarbonation de l'économie française **en étendant le dispositif de sur-amortissement aux investissements dédiés réalisés dans les PME et les ETI**
 - 13 Co-construire **des projets de recherche scientifique associant public/privé**, afin de mieux mesurer l'impact de certains ingrédients sur les écosystèmes

La cosmétique s'engage

Plastic Act : un plan d'action collectif pour réduire l'empreinte plastique



En juin 2021, le secteur cosmétique a été le premier à présenter un plan d'actions collectif pour réduire son empreinte plastique d'ici 2025 : le « Plastic Act ». Objectif : fédérer et catalyser les énergies de l'ensemble des entreprises, petites, moyennes, et grandes, afin de définir une ambition et une feuille de route partagées :

- **Réduire de 15 % la quantité de plastique utilisée**, en généralisant l'éco-conception, en optant pour des formules concentrées et de grands formats. Dans le même objectif, le secteur va s'impliquer dans des programmes de R&D permettant de mettre au point des matériaux substituables au plastique : verre allégé, papier/carton imperméable... en mesurant le bénéfice environnemental de ces substitutions par un outil d'éco-conception mutualisé.
- **Réemployer 20% du plastique**, notamment en développant les recharges 100% recyclables, mais aussi en permettant aux entreprises de toutes tailles de développer une offre de vrac en élaborant des standards sanitaires pour le remplissage sur les lieux de vente (consigne, lavage des contenants etc).
- **Réincorporer 10 à 25 % du plastique** dans de nouveaux emballages, en permettant l'accès de toutes les entreprises à des résines recyclées, adaptées pour les produits cosmétiques.
- **Recycler 100 % des emballages plastiques**, en sensibilisant les consommateurs au tri dans la salle de bain, et en améliorant la recyclabilité effective des emballages cosmétiques.

Objectifs 2025 par rapport à 2018

AXE 3 : Renforcer la confiance et la sécurité du consommateur par une information fiable et transparente

LES ENJEUX

Conscients du lien particulier - quotidien et intime – qui nous unit avec tous nos consommateurs, nous concevons et fabriquons des produits sûrs, dans une démarche de progrès tenant compte des évolutions scientifiques, en application de la réglementation européenne reconnue comme étant la plus stricte au monde. Parce que cette approche sectorielle - qui répond aux standards les plus exigeants du monde - permet de garantir la santé et la sécurité des consommateurs, elle doit être préservée.

Fournir des informations claires, vérifiées, objectives et utiles sur les produits cosmétiques et les ingrédients qui les composent est une préoccupation constante de la FEBEA. L'influence d'outils de notation, comme certaines applications mobiles, crée une grande confusion chez les consommateurs pour évaluer et choisir un produit. En réponse, les entreprises cosmétiques proposent de travailler collectivement, avec toutes les parties prenantes (puissance publique, associations de consommateurs, fournisseurs d'applications mobiles) **pour encadrer l'information sur les produits de consommation établie sur la base de critères et de méthodes scientifiques partagés par tous.**

De même, la multiplication des mentions souvent imposées par les réglementations, sur des emballages de plus en plus petits et saturés, remplit-elle encore son objectif d'information ? Nous sommes convaincus que **la réponse se trouve dans la digitalisation de l'information, qui est plus claire, plus pédagogique, et plus accessible.** Il est donc nécessaire de privilégier la dématérialisation à la profusion des mentions sur les emballages, qui permet à la fois de ne pas compromettre les efforts déployés par les industriels pour réduire la taille de leurs emballages et de délivrer une information complète et circonstanciée aux consommateurs.

Enfin, l'auto-régulation et les démarches volontaires successives en matière de publicité, ont démontré la capacité des entreprises cosmétiques à s'engager efficacement en faveur d'**une communication éthique, transparente et responsable** en phase avec les évolutions de la société. **Prélevons cette méthode volontaire qui fonctionne depuis près de 50 ans en coordination avec l'ARPP.**

NOS ACTIONS

-  Création d'un **consortium volontaire** visant à construire un outil d'évaluation globale de l'impact environnemental des produits cosmétiques
-  Lancement de l'**application mobile CLAIRE** décryptant les 27 000 ingrédients cosmétiques en toute transparence
-  Nombreux engagements du secteur en faveur d'une communication publicitaire éthique et responsable : élaboration d'un **code de déontologie propre** aux allégations cosmétiques avec l'ARPP, participation au programme de communication responsable « FAIRE », lancé en 2018 par l'Union des marques

NOS PROPOSITIONS

- 14 **Conserver une réglementation européenne des produits cosmétiques**, garante des plus hauts standards mondiaux en matière de sécurité du consommateur
- 15 Encadrer les outils d'information destinés aux consommateurs afin de **garantir une information sincère, fiable et objective sur les produits de consommation**
- 16 Privilégier **la dématérialisation de l'information** pour les produits cosmétiques pour être en mesure de délivrer une information complète et circonstanciée aux consommateurs

DES EMBALLAGES COSMÉTIQUES DÉJÀ SATURÉS D'INFORMATIONS OBLIGATOIRES :

- Liste des ingrédients
- Nom et adresse de la personne responsable
- Fabriqué en
- Contenance
- Date de durabilité minimale (DDM) ou période après ouverture (PAO)
- Fonction
- Numéro de lot
- Précautions d'emploi
- Info-tri et Triman
- Logo déconseillé aux femmes enceintes
- Informations sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits

- 17 Privilégier **l'auto-régulation et les démarches volontaires** en matière de publicité

La cosmétique s'engage

Une action concrète en faveur de la transparence : l'application mobile CLAIRE



Afin d'informer les consommateurs en toute transparence sur les ingrédients cosmétiques, la FEBEA a lancé en 2020 l'application mobile CLAIRE. Développée avec la Société Française de Cosmétologie, l'application mobile CLAIRE propose des informations sur plus de 27000 ingrédients présents dans les produits cosmétiques.

Cet outil inédit permet à tous ceux qui le souhaitent d'obtenir **des informations sur un ingrédient présent dans un produit cosmétique** (fonction(s), origine...), de manière fiable, précise et actualisée.

Elle s'adresse aux professionnels du secteur (comme les conseillères de ventes) et aux consommateurs, pour leur permettre d'effectuer un choix libre et éclairé. Les informations fournies dans CLAIRE ont été élaborées par **des experts scientifiques spécialistes des ingrédients cosmétiques** qui suivent chaque jour les évolutions de la réglementation et les données scientifiques disponibles.

AXE 4 : Répondre aux nouvelles mutations des métiers

LES ENJEUX

Ancrés dans les territoires où sont implantés nos entreprises, nos laboratoires, nos sous-traitants et nos partenaires, nous contribuons à la vitalité économique et à l'emploi du pays. La filière cosmétique représente 164 000 emplois directs et 82 000 emplois indirects¹. Nos entreprises sont mobilisées pour attirer et faire grandir tous les talents.

L'industrie cosmétique rassemble **une grande diversité de compétences** et permet à des profils très différents de progresser et s'épanouir dans les domaines de la R&D, de la production industrielle, du packaging, du marketing jusqu'à la réglementation et la distribution. Nos entreprises et nos marques ont besoin de formateurs comme de conducteurs de ligne de fabrication, de botanistes comme d'ingénieurs en biologie cutanée, de professionnels du marketing comme de contrôleurs de la qualité. C'est pourquoi, nos PME, ETI et grands groupes internationaux recrutent de nombreux professionnels dans toute la France.

Cependant, pour relever les défis du digital et des nouvelles innovations technologiques, le secteur doit s'adapter à **l'émergence de nouveaux besoins pointus, à la digitalisation des métiers et au renouvellement des compétences**.

Par ailleurs, des compétences techniques cruciales pour le bon fonctionnement de nos sites industriels sont de plus en plus difficiles à recruter : régulateurs, conducteurs de ligne, techniciens de maintenance, formateurs... Les entreprises cosmétiques sont concernées au premier chef par la problématique des emplois non pourvus.

Or, **les métiers de l'industrie sont encore trop peu connus par les collégiens et les élèves de terminale**, et sont injustement victimes d'une image parfois obsolète ou dégradée.

C'est pourquoi, il est urgent d'impulser une politique volontariste pour restaurer l'attractivité et l'image des filières industrielles et scientifiques dans le regard des jeunes pour susciter des vocations mais également **poursuivre le dispositif d'aides en faveur de l'apprentissage** afin de réduire les tensions de recrutement sur certains métiers. Enfin, il sera nécessaire de **renouveler l'offre de formation** pour saisir les opportunités liées au développement des métiers du digital et des nouveaux métiers d'avenir.

NOS ACTIONS



La filière cosmétique accueille et forme chaque année 29 000 étudiants ou apprentis en alternance ou en formation continue (soit l'équivalent de 10% de ses effectifs)



Signature d'une convention «1 jeune, 1 solution» pour fournir une solution à 12 000 jeunes d'ici 2023 (voir encadré ci-contre)

NOS PROPOSITIONS

- 18 Engager la **baisse du coût du travail intermédiaire** pour libérer les salaires des emplois qualifiés
- 19 Maintenir le **dispositif incitatif en faveur de l'apprentissage** mis en place depuis 2020
- 20 Promouvoir l'attractivité des filières scientifiques et des métiers industriels **dès l'enseignement secondaire** par le déploiement d'un véritable service public de l'orientation
- 21 **Renouveler l'offre de formation** pour l'adapter aux enjeux du digital et faciliter le recrutement dans les métiers en tension
EXEMPLES DE MÉTIERS EN TENSION pour lesquels les dirigeants d'entreprises rencontrent des difficultés de recrutement (problème d'attractivité, inadéquation des qualifications) :
 - Conducteur de ligne
 - Technicien de maintenance
- 22 Redonner **de l'autonomie aux entreprises et aux partenaires sociaux** dans la gestion des politiques de formation professionnelle, pour anticiper leur adaptation aux mutations des métiers

La cosmétique s'engage

Opération « 1 jeune, 1 solution »



La filière de la cosmétique et de la parfumerie a décidé une nouvelle fois de se mobiliser pour l'emploi des jeunes avec la signature, le 18 octobre 2021, d'une convention de partenariat avec Thibaut Guilluy, Haut-commissaire à l'Emploi et à l'Engagement des entreprises. La filière s'engage ainsi à fournir une solution (stage, alternance, emploi) à 12 000 jeunes de plus d'ici 2023.

Pour atteindre ces objectifs, la FEBEA, le pôle de compétitivité Cosmetic Valley, la CNEP (Confédération Nationale de l'Esthétique et Parfumerie), l'UPB (Union des Professionnels de la Beauté et du Bien-être) et la FFPS (Fédération Française de Parfumerie Sélective) se concentreront sur deux axes d'actions :

- Informer les entreprises de la filière en organisant des relais réguliers auprès des professionnels sur les dispositifs d'aides existants relatifs à l'emploi des jeunes.
- Promouvoir les métiers de la filière afin de renforcer l'attractivité de cette dernière auprès des jeunes, de favoriser leur formation et leur orientation en adéquation avec les métiers émergents et les métiers en tension, créant ainsi de nouveaux débouchés en termes d'emploi. Les acteurs de la filière vont par exemple lancer le « Cosmetic Experience Tour », des ateliers itinérants présentant les métiers de l'industrie de la parfumerie et des cosmétiques aux jeunes en recherche d'emploi et aux étudiants.



137 rue de l'Université - 75 007 PARIS
Tél. 01 56 69 67 89
www.febea.fr
[@leLabdeClaire](https://www.instagram.com/leLabdeClaire)

