

# ECONOMIE CIRCULAIRE ET SECTEUR COSMETIQUE

**120 BONNES PRATIQUES**  
DES ENTREPRISES DE LA COSMETIQUE



---

*Mars 2018*

---



# SOMMAIRE

<b>Préface</b> .....	<b>4</b>
<b>Edito</b> .....	<b>5</b>
<b>Economie circulaire et secteur cosmétique : trois enjeux majeurs</b> .....	<b>6</b>
<b>I. Eco-concevoir les produits en favorisant l'utilisation durable des ressources</b> .....	<b>9</b>
<b>1. Eco-concevoir les formules</b> .....	<b>11</b>
1.1 Favoriser l'utilisation durable des ressources .....	11
1.2 Concentrer les formules .....	22
1.3 Réduire le nombre d'ingrédients .....	23
1.4 Recourir à la chimie verte .....	24
1.5 Favoriser les ingrédients biodégradables dans les produits rincés .....	28
<b>2. Eco-concevoir les emballages</b> .....	<b>31</b>
2.1 Limiter l'impact environnemental des matériaux.....	32
2.2 Réduire la taille et le poids des emballages .....	36
2.3 Proposer des recharges.....	40
2.4 Améliorer la recyclabilité .....	43
2.5 Eco-concevoir la Publicité sur le Lieu de Vente (PLV).....	45
<b>II. Fabriquer durablement</b> .....	<b>49</b>
<b>1. Optimiser les processus industriels</b> .....	<b>49</b>
1.1 Maîtriser les consommations d'énergie et d'eau .....	49
1.2 Traiter les effluents en interne.....	56
<b>2. Gérer les déchets de production : prévention, valorisation et recyclage</b> .....	<b>58</b>
2.1 Prévenir la production des déchets à la source.....	58
2.2 Réutiliser.....	60
2.3 Valoriser .....	61
2.4 Recycler.....	64
<b>III. Promouvoir une consommation responsable</b> .....	<b>67</b>
<b>1. Accompagner les consommateurs</b> .....	<b>67</b>
1.1 Inciter aux bons gestes du tri .....	67
1.2 Sensibiliser à l'usage de l'eau .....	71
1.3 Recommander la juste dose .....	72
<b>2. Inciter à fermer la boucle</b> .....	<b>73</b>
2.1 Récompenser les retours en magasins .....	73
<b>Et demain : le battement d'aile du papillon :</b> .....	<b>77</b>

# PREFACE

## L'économie circulaire pour produire et consommer différemment

Bravo et Merci ! Enfin un Livre Blanc dédié à l'économie circulaire qui met l'accent sur la nécessité d'une part, de concevoir de nouveaux modes de production et d'autre part, de promouvoir une consommation responsable. Or, trop souvent l'économie circulaire est réduite à la seule question des déchets, faisant fi des enjeux essentiels liés aux produits et services eux-mêmes. L'économie circulaire implique en effet d'ancrer d'abord son modèle économique dans une démarche de sobriété : sobriété dans l'utilisation des ressources naturelles, sobriété dans la consommation.

L'éco-conception des produits en favorisant l'utilisation durable des ressources devient ainsi un facteur clé essentiel pour fabriquer durablement. Les producteurs se trouvent responsabilisés et incités à éco-concevoir leurs formules et emballages, tout en veillant à optimiser les processus industriels et à gérer les déchets de production. Une boucle vertueuse se structure ainsi. De même, l'accompagnement des consommateurs vers plus de sobriété participe de ce mouvement global de responsabilisation de chacun. Un produit à l'empreinte environnementale réduite peut ainsi faire écho aux attentes de plus en plus réelles de consommateurs.

Do Think Tank depuis 1992, OREE œuvre à promouvoir l'économie circulaire auprès des entreprises et des collectivités locales. De nombreux outils permettent ainsi aux acteurs du territoire de s'interroger et interroger leurs pratiques. Membre du Conseil d'administration d'OREE, la FEBEA s'inscrit totalement dans cette approche et nourrit utilement et de façon pertinente nos travaux.

« *Innovation, adaptation, anticipation* », ainsi débutait Le Mot du Président de la FEBEA, Patrick O'Quin dans le rapport de gestion 2016. Le présent Livre Blanc incarne parfaitement ces trois items en révélant la réelle maturité de la FEBEA sur les enjeux de l'économie circulaire.

**F** pour Facilitateur  
**E** pour Energie  
**B** pour Blanc, Livre Blanc  
**E** pour Ensemble  
**A** pour Accompagnement

Place à la lecture... et surtout à l'action.

Très sincèrement

**Patricia Savin**

*Présidente de OREE*



## EDITO

Acheter, utiliser un produit cosmétique ne répond pas uniquement à un besoin de se laver et de protéger sa peau. C'est aussi prendre soin de soi pour se sentir bien dans sa peau et dans sa tête, alimenter la confiance en soi et dans sa relation au Monde.

Les marques cosmétiques ont une responsabilité particulière dans la préservation des ressources de la Planète.

### Comment proposer du Bien-être au consommateur sans se préoccuper de celui de la Planète ?

Innovation, transparence et naturalité sont les challenges d'aujourd'hui et de demain pour répondre aux nouveaux modes de consommation.

Beaucoup d'entreprises se sont déjà engagées depuis longtemps dans la démarche d'Economie circulaire ; ce Livre blanc en témoigne.

Ce recueil doit permettre à chacun de s'emparer des bonnes pratiques : faire les premiers pas pour certains, les étendre ou aborder de nouvelles thématiques pour d'autres.

Le responsable Economie circulaire est un "évangéliste" dans les organisations. Il est passionné, sa motivation est le résultat de convictions personnelles et on attend de lui que son comportement soit exemplaire. Porteur d'innovations, il doit convaincre sur le long terme sans imposer. Il est souvent considéré comme celui qui empêche, sans avoir de solutions tranchées blanches ou noires.

Ce Livre blanc lui est dédié ; il doit pouvoir aider tous "les porteurs de feu" de l'Economie circulaire dans les entreprises à convaincre et à mettre en œuvre.



**Virginie d'Enfert**

*Directrice des Affaires Economiques,  
Environnementales et Internationales*

FEBEA

# QU'EST-CE QUE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Selon l'ADEME<sup>1</sup>, l'Économie circulaire se définit comme un système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits (biens et services), vise à **augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement**, tout en augmentant le bien-être. **Il s'agit de faire plus et mieux avec moins.**

Cette approche se décline en sept piliers, dans trois domaines d'action<sup>2</sup> :

## ECONOMIE CIRCULAIRE

TROIS DOMAINES D'ACTIONS ET SEPT PILIERS



<sup>1</sup> ADEME : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

<sup>2</sup> Infographie de l'ADEME : <http://www.ademe.fr/expertises/economie-circulaire>

# Trois enjeux pour le secteur cosmétique

Les enjeux pour le secteur cosmétique se concentrent sur trois axes :

❖ **Eco-concevoir les produits et favoriser l'utilisation durable des ressources :**

- les ressources naturelles disponibles sont limitées et la préservation de la biodiversité est une préoccupation majeure de notre secteur,
- l'éco-conception des formules, des produits et des emballages permet de réduire les impacts négatifs selon l'approche cycle de vie.

❖ **Fabriquer durablement** en limitant l'utilisation des ressources et en favorisant la collaboration entre entreprises d'un même territoire, les déchets des uns deviennent les matières premières des autres.

❖ **Promouvoir une consommation responsable** est un défi puisqu'il s'agit de convaincre le consommateur d'adopter les bons gestes. A titre d'illustration, 80% de l'impact environnemental d'un produit rincé (shampooing, gel douche...) est lié à la phase d'utilisation par le consommateur, c'est-à-dire à la quantité d'eau et d'énergie qu'il utilise pour un lavage de cheveux ou une douche. Faire le bon tri dans la salle de bain doit aussi devenir la norme pour tous.

Ce Livre Blanc présente, dans ces 3 chapitres, 120 bonnes pratiques mises en place par des entreprises du secteur cosmétique, recueillies par la FEBEA auprès de ces Adhérents au cours de l'année 2017.

Ces bonnes pratiques, non exhaustives, seront indiquées par le symbole suivant :



On notera également qu'une bonne pratique citée pour une marque ne veut pas dire que les autres ne l'appliquent pas.





# ECO-CONCEVOIR LES PRODUITS EN FAVORISANT L'UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

L'éco-conception vise à **limiter l'impact sur l'environnement** dès la conception d'un bien ou d'un service, tout au long de son **cycle de vie**.

Il existe deux volets majeurs pour les produits cosmétiques :

- ❖ **L'éco-conception des formules** qui vise à :
  - favoriser l'utilisation durable des ressources à faible impact environnemental,
  - concentrer les formules,
  - réduire le nombre d'ingrédients,
  - recourir à la chimie verte,
  - favoriser les ingrédients biodégradables dans les produits rincés.
  
- ❖ **L'éco-conception des emballages** qui consiste à :
  - limiter l'impact environnemental des matériaux,
  - réduire la taille et le poids des emballages,
  - proposer des recharges,
  - améliorer la recyclabilité.

## Qu'est-ce que l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) ?

L'Analyse du Cycle de Vie (ACV) recense et quantifie, tout au long de la vie des produits, les flux physiques de matières et d'énergie associés à l'activité considérée. Elle en évalue les impacts potentiels, puis interprète les résultats obtenus en fonction de ses objectifs initiaux. Sa robustesse est fondée sur une double approche :

➤ **une approche "cycle de vie"**

Qu'il s'agisse d'un bien, d'un service, voire d'un procédé, toutes les étapes du cycle de vie d'un produit sont prises en compte pour l'inventaire des flux, du "berceau à la tombe" : extraction des matières premières énergétiques et non énergétiques nécessaires à la fabrication du produit, distribution, utilisation, collecte, réutilisation et élimination vers les filières de fin de vie ainsi que toutes les phases de transport.

➤ **une approche "multicritère"**

Une ACV se fonde sur plusieurs critères d'analyse des flux entrants (matières, énergie : eau, pétrole, gaz) et sortants (déchets, émissions gazeuses, liquides rejetés).

Dans le secteur cosmétique, l'ACV se conçoit pour le couple produit/emballage.

Source : ADEME



PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : KLORANE,  
L'ECO-CONCEPTION A CHAQUE ETAPE DU CYCLE DE VIE

Pour ses gammes capillaires, les Laboratoires Klorane agissent à chaque étape du cycle de vie des produits :

- éco-conception des emballages avec intégration de plastique recyclé, allègement des poids des tubes, pots et capsules, utilisation de papier et carton certifiés et suppression des étuis et notices,
- formules biodégradables,
- actifs végétaux extraits par des procédés de chimie verte,
- utilisation de circuits courts avec la culture de la plante (pour des plantes locales), l'extraction de l'actif, la fabrication de l'emballage (flacon pour les shampoings) et la fabrication du produit fini dans un rayon de moins de 50 km,
- fabrication des produits dans une usine en démarche expérimentale Haute Qualité Environnementale (HQE®) et certifiée Norme ISO 14001 (Systèmes de management environnemental),
- outil d'aide au bon geste de tri des emballages dans la salle de bain sur le site internet de la marque.

# 1. ECO-CONCEVOIR LES FORMULES

## 1.1 FAVORISER L'UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

On distingue communément les ingrédients naturels et les ingrédients de synthèse :

- **les ingrédients naturels**<sup>3</sup> proviennent de sources végétales et minérales,
- **les ingrédients de synthèse** sont créés et/ou transformés par intervention humaine.

La réglementation encadre d'une manière très stricte les ingrédients autorisés ; leurs effets et leurs impacts potentiels sont soigneusement étudiés par les fabricants. **La mise sur le marché des produits cosmétiques est encadrée par une réglementation exigeante, le Règlement "Cosmétique" européen N° 1223/2009.**

### Règlement "Cosmétique" européen N° 1223/2009

Cette réglementation garantit aux utilisateurs un niveau élevé de qualité et de sécurité des produits puisqu'elle repose sur trois principes :

- la sécurité des matières premières et du produit fini,
- la qualité des techniques de fabrication,
- la surveillance du marché par l'Autorité publique.

### ❖ UTILISER DES INGREDIENTS NATURELS

Plus qu'une tendance de marché, les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits "naturels" ou composés d'ingrédients d'origine naturelle. Face à la rareté des ressources, les fabricants veillent à s'approvisionner de manière soutenable, c'est-à-dire en s'assurant que les ingrédients se régénèrent par les processus naturels des écosystèmes à un rythme plus élevé que celui auquel on les prélève, sous peine d'épuiser définitivement la ressource.

Ces démarches s'inscrivent dans **le cadre du Protocole de Nagoya**<sup>4</sup> sur l'accès aux ressources génétiques et le partage des avantages adopté par la dixième réunion de la Conférence des Parties à la Convention sur la Diversité Biologique (CDB) des Nations Unies en 2010 et entré en vigueur le 12 Octobre 2014.

Les entreprises françaises, conscientes de l'importance de trouver un équilibre entre les besoins du secteur et les problématiques sociales et environnementales, ont su anticiper pour mettre en place des filières responsables.

<sup>3</sup> Cf Norme ISO16128 "Lignes directrices relatives aux définitions techniques et aux critères applicables aux ingrédients et produits cosmétiques naturels et biologiques"

<sup>4</sup> Protocole de Nagoya : <https://www.cbd.int/abs/>



#### DSM : FILIERE COURTE, DURABLE ET EQUITABLE DE PLANTES ALPINES

Depuis plus de 20 ans DSM Alpaflor® a développé la culture biologique de plantes alpines dont l'edelweiss afin de préserver la biodiversité alpine, en impliquant en circuit court différents partenaires (du botaniste à la coopérative de montagne en passant par un institut agronomique et les agriculteurs) assurant ainsi une traçabilité totale. Tous les produits Alpaflor sont certifiés biologiques et équitables (suivant le référentiel *Fair for Life*<sup>5</sup>).

#### GRUPE L'OCCITANE : L'IMMORTELLE ET LE BEURRE DE KARITE

L'Occitane en Provence a été la première marque à développer un programme de plantation d'immortelle à grande échelle pour garantir son approvisionnement et préserver l'immortelle sauvage.

Pour construire des partenariats durables, des contrats d'approvisionnements de 5 à 7 ans sont signés pour garantir prix et volumes aux producteurs et leur offrir la visibilité nécessaire à leur activité.

Le Groupe L'Occitane développe depuis les années 80 une filière certifiée équitable qui représente aujourd'hui un achat direct de plusieurs centaines de tonnes de beurre de karité à des coopératives de femmes du Burkina Faso, dans le respect des savoir-faire traditionnels, impliquant plus de 10 000 femmes et impactant plus de 200 000 personnes. Le beurre est acheté à un prix 2 fois supérieur au prix d'un beurre conventionnel à l'export.

L'objectif est d'atteindre 100% de beurre biologique et équitable en 2018. Un projet de sécurisation de la cueillette est en cours grâce à la mise en place de 33 parcs à Karité. Ces parcs feront l'objet d'actions pour préserver leur biodiversité.

#### GRUPE PANTHER : LA CULTURE D'ACTIFS IN VITRO

Un nombre conséquent de PME essaie de privilégier les ingrédients d'origine biologique. Certaines, à l'image du **Groupe Panther**, font appel à des fournisseurs qui procèdent à la culture *in vitro* d'actifs cosmétiques afin de minimiser le prélèvement de ressources dans leur environnement naturel. En l'occurrence, Panther travaille avec Naolys, une société bordelaise qui a déposé un brevet international pour sa biotechnologie innovante. Cette dernière est alimentée par des énergies renouvelables et produit les actifs en flux tendus, uniquement sur commande des clients, ce qui permet de réduire le gaspillage.

<sup>5</sup> *Fair for Life* est un label qui permet à tous les producteurs et acteurs du commerce équitable de bénéficier d'une certification indépendante attestant le respect de critères tels que refus du travail forcé et du travail des enfants, liberté d'association, conditions de travail sûres et décentes, etc.

## L'OREAL : LE SON DE QUINOA EN BOLIVIE

En Bolivie, L'Oréal a mis en place un partenariat permettant un approvisionnement responsable du son de quinoa auparavant considéré comme un résidu. Il contient des saponines et des polyphénols qui lui confèrent un intérêt en tant que matière première cosmétique renouvelable. En soutenant cette production durable, le Groupe favorise la formation des fermiers locaux aux bonnes pratiques agricoles, contribue à lutter contre l'érosion des sols par la plantation de légumineuses, arbustes et herbacées natifs de la région et permet le transfert de connaissances scientifiques et de savoir-faire vers ses différents partenaires locaux.

## LVMH : DES FILIERES DURABLES

Les Maisons du Groupe lancent régulièrement des audits de filières comme ceux réalisés depuis 2013 sur la rose, le jasmin, l'oranger et la bergamote pour évaluer la conformité de leurs pratiques avec le Protocole de Nagoya.

Elles développent aussi l'ethnobotanique. Guerlain est devenue en 2015 la première Maison du Groupe certifiée "Engagement biodiversité et Climat" par l'organisme de contrôle et de certification Ecocert.

La Maison a mis en place plusieurs filières durables, par exemple autour du vétiver en Inde, de la lavande en France et du santal en Asie. Elle a également consacré aux orchidées, l'une de ses matières premières emblématiques, un centre de recherche unique au monde : l'Orchidarium.

Il regroupe un laboratoire de recherche fondamentale à Strasbourg et un jardin expérimental à Genève. S'y ajoute un partenariat autour du développement durable noué en 2009 pour dix ans avec la réserve chinoise de Tianzi, où près de 10 000 orchidées ont été replantées depuis 2009.



## LABORATOIRES EXPANSCIENCE : UN SOURCING RESPONSABLE POUR AQUALICIA®

Les Laboratoires Expanscience déploient une politique de gestion responsable sur toutes leurs filières d'approvisionnement en matières premières végétales.

Aqualicia® est un actif biomimétique, extrait des graines d'Acacia macrostachya. Lors de la mise en place de la filière au Burkina Faso, Expanscience a appliqué une stratégie adaptée aux enjeux locaux. Cette filière intègre des objectifs de production et la protection des connaissances traditionnelles locales et de l'environnement. Avec l'appui de partenaires locaux, Expanscience s'engage pour favoriser entres autres:

- l'autonomisation des populations locales.
- la formation aux bonnes pratiques de culture, aux usages forestiers ou encore au pilotage d'un groupement féminin.
- le financement de certifications Bio,
- la valorisation des avocats non exportables en Afrique du Sud.
- l'aide à la scolarisation de plus de 1200 enfants depuis 2011 au Burkina Faso.
- la création d'une pépinière et de plantations chaque année depuis 2013 de plus de 3500 semis (eucalyptus, baobab, acacia, moringa...).

## PHYTOMER : DES ALGUES DURABLES

Phytomer utilise essentiellement des actifs cosmétiques fabriqués à partir d'ingrédients d'origine naturelle, qu'ils soient d'origine végétale (comme les algues ou les plantes) ou biotechnologique à partir de micro-organismes marins.

Pour les ingrédients d'origine végétale, l'entreprise travaille en étroite collaboration avec les producteurs locaux pour assurer une récolte durable et responsable (respect des sites, des saisons et des périodes de reproduction).

Les algues les plus rares ou les plus fragiles sont cultivées soit sur corde en pleine mer, soit en laboratoire (photo-bioréacteurs) afin de se prémunir contre tout risque de pénurie.

Près de 80% du sourcing de Phytomer est local grâce à un réseau de partenaires : cultivateurs, start-up, chercheurs, etc.

PIERRE FABRE

DERMO-COSMETIQUE :

LA GAMME DATTIER DU DESERT  
DES LABORATOIRES KLORANE

L'actif de cette gamme capillaire est issu du fruit du dattier du désert provenant d'un approvisionnement certifié en agriculture biologique auprès de groupements de productrices d'environ 170 femmes qui bénéficient par cette activité d'un revenu complémentaire.

Par ailleurs, au travers de leur Fondation *Klorane Botanical Foundation*, les Laboratoires Klorane participent à l'action "La Grande Muraille Verte" en plantant des dattiers du désert, projet qui a été retenu par l'UNESCO comme exemple emblématique de l'éducation au développement durable parmi une dizaine de projets valorisés à travers le monde.



PIERRE FABRE

DERMO-COSMETIQUE :

LE GINSENG BRÉSILIEN DE  
RENE FURTERER

Le Pfaffia utilisé par René Furterer provient du Brésil. Sa culture est certifiée en agriculture biologique et contrôlée par une association de petits producteurs afin d'améliorer leur niveau de vie. La partie aérienne de la plante est utilisée comme aliment pour le bétail, mais des essais sont en cours pour tenter de mieux valoriser ce co-produit et créer de nouveaux débouchés économiques pour les producteurs. Cette filière est certifiée commerce équitable selon le référentiel *Fair For Life* d'Ecocert afin de soutenir des projets de transmission des savoirs agricoles aux nouvelles générations très attirées par une activité plus urbaine, risquant de créer une désertification agricole.

## ❖ PRIVILEGIER LES INGREDIENTS LOCAUX

Prélever les ingrédients à proximité du lieu de production est un bon moyen de réduire l'empreinte carbone du produit final. Cela nécessite moins de transport et permet de valoriser l'économie locale. Plusieurs entreprises du secteur sont engagées dans une démarche d'approvisionnement en ingrédients de proximité, à l'échelle nationale si possible et *a minima* européenne.



### GROUPE L'OCCITANE : LA LAVANDE DE PROVENCE

L'Occitane en Provence s'engage pour la préservation de la lavande fine A.O.P. (Appellation d'Origine Protégée) de Haute-Provence, menacée de dépérissement. Elle finance ainsi un fonds de dotation visant à trouver des solutions écologiques de lutte contre la maladie qui la détruit.

### GROUPE ROCHER : LA GACILLY

55 ha cultivés à La Gacilly en Agriculture Biologique permettent de produire plus de 12 tonnes de plantes pour les besoins de la marque, mais aussi de contribuer à la recherche agronomique et cosmétique. 9 extraits sont produits à partir des 7 plantes emblématiques cultivées à La Gacilly.

### GUERLAIN : L'ABEILLE NOIRE D'OUessant

L'engagement de long terme de Guerlain aux côtés de l'Association Conservatoire de l'Abeille Noire Bretonne de l'Île d'Ouessant lui a valu le trophée "coup de cœur" du mécénat décerné en 2013 par le Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie. En 2015, la Maison s'est lancée un nouveau défi pour la cause des abeilles. Elle a décidé d'accompagner l'Observatoire Français d'Apiculture, afin qu'il atteigne son objectif : former 30 000 nouveaux apiculteurs en Europe et créer 10 millions de nouvelles colonies d'abeilles d'ici 2025.

Le miel de l'abeille noire entre dans la composition de la gamme *Abeille Royale*.





PIERRE FABRE  
DERMO-COSMETIQUE :  
CULTURES INTERNALISEES  
EN CIRCUIT COURT

Pour la culture de l'avoine (A-Derma et Klorane), du calendula (Klorane), de la capucine (Klorane), du bleuet (Klorane), de l'acanthé (René Furterer), du mélisse (René Furterer), du mélilot (Galénic), du lin (Klorane), du magnolia (Klorane), et du pommier (Elancyl), Pierre Fabre Dermo-Cosmétique a fait le choix de cultures sur ses propres terrains dans le sud-ouest de la France, au plus près de son usine d'extraction d'actifs végétaux à Gaillac et de son usine de fabrication de produits dermo-cosmétiques à Soual.

PIERRE FABRE  
DERMO-COSMETIQUE :  
LA GAMME MAGNOLIA  
DE KLORANE

Pour cette gamme, les rameaux feuillés de magnolia sont issus d'un approvisionnement local. Les feuilles de magnolia ont été identifiées par biomimétisme pour leur effet brillante sur le cheveu. Malgré le fait que la plante soit d'origine chinoise, des prospections botaniques ont été menées pour tester des filières d'approvisionnement locales. Cette plante ornementale est très utilisée pour les espaces verts des communes, mais de manière très dispersée.

Le groupe s'est rapproché du plus gros pépiniériste de magnolia en France, basé dans la région toulousaine, ce qui lui a permis de valoriser comme matière première ses bois de coupes réalisées tous les hivers.



## ❖ FAIRE LE CHOIX DES INGREDIENTS BIOLOGIQUES

Faire le choix du "bio" s'inscrit dans la logique d'éco-conception si on applique ces principes :

- incorporer un taux minimum d'ingrédients issus de l'agriculture biologique,
- privilégier les ressources renouvelables par rapport aux ingrédients issus de la chimie de synthèse ou de la pétrochimie,
- privilégier les procédés de transformation les moins impactants pour l'environnement.

De nombreuses marques font certifier leurs produits par des organismes selon le référentiel des cosmétiques écologiques et biologiques Ecocert ou le référentiel Ecolabel européen.

La Norme ISO16128 définit les lignes directrices relatives aux définitions techniques et aux critères applicables aux ingrédients et produits cosmétiques naturels et biologiques.



### GROUPE CLARINS : UN APPROVISIONNEMENT DURABLE ET LOCAL

Clarins s'est engagé, chaque fois que cela est possible, à utiliser des extraits végétaux obtenus selon des méthodes qui préservent l'environnement et respectent les populations locales. Sont privilégiés, à efficacité égale, les ingrédients issus de l'agriculture biologique ainsi que les plantes cultivées localement ou issues du commerce équitable.

### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : UN APPROVISIONNEMENT BIOLOGIQUE POUR L'ACTIF SOLINE® BIO

Soline® Bio est un actif extrait d'huile de tournesol pour lequel Expanscience a mis en place un approvisionnement en graines de tournesol issues de l'agriculture biologique européenne. Le recours à la distillation moléculaire par procédé physique d'extraction permet de limiter l'impact environnemental de sa fabrication.

### MELVITA : LA MARQUE BIOLOGIQUE DU GROUPE L'OCCITANE

Melvita est depuis sa fondation en 1983 l'une des toutes premières marques françaises de cosmétique naturelle et biologique. Ses produits de soin répondent au référentiel de la cosmétique écologique et biologique Ecocert.

PIERRE FABRE AGRONOMIE CERTIFIÉ "EXPLOITATION DE HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE" ET LABELLISÉ "BIO SUD-OUEST FRANCE"

Dans le cadre de la démarche *Botanical Expertise Pierre Fabre*, Pierre Fabre Agronomie, en charge de l'exploitation en agriculture biologique de 150 ha dans le sud-ouest de la France est certifié "exploitation de Haute Valeur Environnementale", certification qui atteste du respect, pour l'ensemble de l'exploitation agricole, des seuils de performance environnementale portant sur la biodiversité, la stratégie phytosanitaire, la gestion de la fertilisation et de la ressource en eau.

Ses cultures sont également labélisées "Bio Sud-Ouest France", label qui valorise une production et un approvisionnement local et vise à promouvoir les opérateurs bio régionaux.



## LE CAS DE L'HUILE DE PALME

Le secteur cosmétique utilise dans ses produits l'huile de palme principalement sous forme de dérivés d'huile de palme ou de palmiste.

Dans le cadre de leurs actions d'approvisionnement durable, de nombreuses entreprises cosmétiques s'engagent à garantir un approvisionnement en huile de palme tracée durable. Elles se fournissent en huile de palme et en dérivés certifiés selon les Principes et les Critères de la RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*).

Certaines vont plus loin que la certification RSPO pour pouvoir garantir un approvisionnement sans déforestation et sans exploitation.

Elles sélectionnent les fournisseurs avec lesquels elles travaillent pour atteindre la traçabilité de l'huile de palme et des dérivés jusqu'aux raffineurs.

Enfin, certaines entreprises évaluent et communiquent leurs avancées dans l'approvisionnement durable en huile de palme et la responsabilisation de leurs chaînes d'approvisionnement, en ajustant leurs objectifs à chaque étape.

### LVMH : HUILE DE PALME

Les Maisons utilisent des dérivés d'huile de palme et se sont fixées un objectif d'utilisation de 50% d'utilisation de dérivés issus d'huile de palme certifiée RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*).

Bvlgari a pris des mesures pour que, fin 2017, tous les dérivés d'huile de palme entrant dans la composition de ses produits soient issus d'un approvisionnement durable.



## ❖ ETABLIR DES CHARTES D'INGRÉDIENTS PRIVILÉGIÉS

Pour guider les formulateurs, mais également dans un souci de transparence vis-à-vis du public, des entreprises proposent des listes d'ingrédients qui peuvent être retranscrites dans une charte. Ce type de charte vise à expliquer les conditions dans lesquelles des allégations de naturalité sont mises en avant. Beaucoup vont au-delà des exigences de la réglementation en vigueur.



### MUSTELA : UNE CHARTE DE NATURALITE POUR SES PRODUITS

Depuis 2010, Expanscience a élaboré une charte de naturalité en s'appuyant sur les définitions du naturel du référentiel Ecocert. Il s'agit d'un document technique dans lequel sont définies les notions "ingrédient naturel", "d'origine naturelle" et "d'origine synthétique".

Cette charte de formulation permet à Mustela de garantir 95 % d'ingrédients d'origine naturelle, en moyenne, et atteint 98 % pour la Crème change 1 2 3 et la gamme peaux très sensibles.

### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : ECO-SOCIO-CONCEPTION DES ACTIFS

Afin d'assurer l'eco-socio-conception de leurs actifs, les Laboratoires Expanscience ont développé une grille de soutenabilité depuis 2012.

Cette grille évalue et note les actifs selon des 7 critères concrets tels que la traçabilité de la filière et sa maturité RSE, la nature de la matière première, le procédé d'obtention (nature des étapes, nature des additifs, solvant,...), le transport, le stockage.

Cette grille a pour objectif de mesurer les impacts socio-environnementaux du développement de ces derniers.

Dans une démarche d'amélioration continue, cet outil réalisé sur 100% du catalogue actifs, permet de définir les critères pouvant être améliorés, tout en préservant la qualité et les performances des actifs et ingrédients sensoriels.

## 1.2 CONCENTRER LES FORMULES

Augmenter la concentration des formules permet **d'utiliser moins de produit pour arriver aux mêmes résultats**. La quantité d'emballage nécessaire est donc diminuée mécaniquement pour un même volume de substance active. Evidemment, une telle initiative suppose une pédagogie renforcée auprès des consommateurs pour les amener à ne pas utiliser les mêmes doses que pour les produits non concentrés.



### GRUPE ROCHER : UN GEL DOUCHE CONCENTRE

Le Groupe Rocher a mis au point une nouvelle formule de gel douche ultra concentrée : d'une contenance de 100 ml, elle permet 40 utilisations, soit l'équivalent d'un gel douche classique de 400 ml. Une seule pression grâce à sa valve qui distribue la dose suffisante pour une douche. De fait, le flacon plus petit permet de réduire de moitié la quantité de plastique utilisée par emballage, ce qui diminue d'autant les émissions de gaz à effet de serre par rapport à un produit standard équivalent.



### 1.3 REDUIRE LE NOMBRE D'INGREDIENTS

Afin d'économiser des ressources et d'améliorer le profil environnemental de leurs produits, certaines entreprises limitent le nombre d'ingrédients dans leurs formules.



CHANEL : SOLUTION 10, CONCILIER ART DE LA FORMULATION ET ART DE L'ESSENTIEL

La réduction du nombre moyen d'ingrédients est un objectif important pour l'éco-conception de formules cosmétiques. Mais le nombre d'ingrédients nécessaires à la formulation de produits semble assujéti à toujours plus de contraintes : nécessité de couvrir plus de fonctions avec plus d'ingrédients actifs, complexification de la conservation des formules liée à la suppression des parabens... En dépit de ces exigences, les laboratoires de Chanel ont réussi à développer SOLUTION 10. Composée de 10 ingrédients seulement (en grande majorité d'origine naturelle), ce soin est aussi simple dans sa composition que complexe dans la mise au point de sa formulation.

**L'OREAL** : UNE LISTE D'INGREDIENTS COURTE POUR LA GAMME BIOLAGE R.A.W.

Fin 2016, la marque de produits professionnels Matrix a lancé une nouvelle gamme baptisée Biolage R.A.W. Toutes les formules ont été développées à partir d'une liste courte d'ingrédients et excluant sulfates, silicones et parabènes. Certains produits R.A.W. affichent 100% d'ingrédients naturels.



## LVMH : CHA LING

Les soins Cha Ling sont élaborés dans les laboratoires de recherche avancée de LVMH selon une charte drastique respectueuse de l'environnement. Les formules sont courtes : elles comptent peu d'ingrédients, la plupart issue de matières premières naturelles et tous rigoureusement tracés.

## PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : COSMETIQUE STERILE

L'utilisation de la technologie de la cosmétique stérile par Les Laboratoires Dermatologiques A-Derma et les Laboratoires Dermatologiques Avène garantit des produits contenant un minimum d'ingrédients utiles pour la peau.

COSMETIQUE **STERILE** INNOVATION MAJEURE

**Des formules libérées du superflu et préservées intactes tout au long de l'utilisation grâce à une association unique au monde :**

- **Stérilisation brevetée\* des formules :**  
Stérilisation tout au long de la fabrication  
Conditionnement des produits en atmosphère stérile

- **Packaging breveté\* parfaitement hermétique**



**D.E.F.I. DISPOSITIF EXCLUSIF FORMULE INTACTE**

Assurant le maintien de la stérilité tout au long de l'utilisation  
Interdisant toute contamination des formules

- **Sélection rigoureuse et limitée aux ingrédients essentiels**

**Résultat :** votre soin reste stérile et protégé tout au long de l'utilisation et peut se passer absolument de toute forme de conservateur. Ainsi, les soins COSMETIQUE STERILE contiennent uniquement les actifs essentiels pour votre peau.

\* Brevets déposés





## 1.4 RECOURIR A LA CHIMIE VERTE

Certains procédés de transformation neutres pour l'environnement peuvent représenter des alternatives plus durables. La chimie verte présente un intérêt fondamental à cet égard.

La "chimie verte" ou "chimie durable" est l'application des principes du développement durable au monde de la chimie et a pour objectif de créer des matériaux ayant un impact minimal sur l'environnement et la santé. Les 12 Principes fondamentaux de la chimie verte préconisent l'utilisation de ressources renouvelables et de procédés plus économes en énergie.

On peut citer notamment :

- la prévention de la pollution à la source en évitant la production de résidus,
- l'utilisation de ressources renouvelables à la place des produits fossiles,
- la réduction du nombre de dérivés,
- la conception de produits biodégradables.



### ECLAE : UNE EXTRACTION PAR MACERATION

Pour s'approvisionner en extrait de *Dunaliella salina* de Camargue, Eclae (marque du Groupe Salins) utilise une méthode douce d'extraction par macération.

### GROUPE L'OCCITANE : LIMITER LE GASPILLAGE ENERGETIQUE

Le Groupe L'Occitane travaille à limiter au maximum le gaspillage énergétique à travers ses procédés de fabrication qui consistent à :

- utiliser des procédés à froid pour certains produits galéniques de type gel douche, shampooing transparent ou lotion tonique,
- privilégier les émulsionnants qui se travaillent à froid,
- choisir le tout en un : les phases grasse et aqueuse sont chauffées ensemble,
- prendre en compte l'indice de nettoyabilité des matières.

### L'OREAL ET CHIMEX :

#### LA CHIMIE VERTE ET LA REDUCTION DES EFFLUENTS

L'utilisation d'ingrédients issus des principes de la chimie verte représente 17% du volume des matières premières utilisées par L'Oréal en 2016.

Chimex, filiale de L'Oréal, a élaboré le *pro-Xylane* (ingrédient actif aux propriétés anti-âge) dont la production présente un facteur environnemental (kg de déchets par kg produit) de 4,9 au lieu de 6,6 en 2009. La production globale d'effluents (sous-produits) a ainsi été divisée par 18 par rapport à 2003.

#### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : UNE INSTALLATION LOCALE

Sur son site d'Épernon, Expanscience a mis en place une installation dédiée à l'activité d'extraction végétale et de distillation moléculaire, procédé "vert" permettant d'extraire des molécules spécifiques sans l'utilisation de solvants nocifs pour l'homme et l'environnement en rendant possible l'utilisation des co-produits. Cet équipement évite d'avoir à prélever ces actifs naturels dans leur environnement et permet donc d'assurer leur pérennité.

#### LABORATOIRES EXPANSCIENCE :

##### UN PROCÉDE DE CULTURE ET D'EXTRACTION INNOVANT

Les Laboratoires Expanscience, en partenariat avec la société PAT (Plant Advanced Technology), ont breveté pour leur actif éco-conçu Neurovity© une nouvelle technique de culture et d'extraction qui n'endommage pas la plante et permet son remplacement après extraction. Les plantes utilisées pour la production de l'actif sont cultivées en aéroponie. Cette méthode de culture hors-sol, sans aucun produit phytosanitaire, permet de ne pas endommager la plante et garantit une reproductibilité optimale.

#### LABORATOIRES PIERRE FABRE : UNE EXTRACTION SANS SOLVANT

Les Laboratoires Pierre Fabre ont mis au point une nouvelle technique d'extraction brevetée à partir de plantes fraîches, sans solvant. *Green Native Expression* agit par une action thermomécanique en déstructurant les parois végétales de la plante tout en neutralisant les enzymes responsables de la détérioration des molécules et en utilisant l'eau naturellement présente dans la plante comme support d'obtention de l'extrait. On obtient ainsi des substances natives actives pour un extrait 100% originel.

#### PHYTOMER : L'EXTRACTION ET LA FABRICATION D'ACTIFS MARINS

Pour la fabrication de ses actifs marins, Phytomer utilise des procédés innovants, sans aucun solvant chimique : extraction aqueuse, enzymatique ou encore au CO<sup>2</sup> supercritique.

GROUPE PANTHER :  
L'EXTRACTION CO<sub>2</sub> SUPERCRITIQUE

Le **Groupe Panther** recourt, dans ses procédés de transformation, à l'extraction par CO<sub>2</sub> supercritique. Ce terme fait référence à l'état de la matière soumise à une température et une pression supérieures aux seuils critiques, c'est-à-dire respectivement la température et la pression au-delà desquelles la matière quitte sa phase liquide. En introduisant du CO<sub>2</sub> supercritique à travers une matière, puis en le décompressant, on récupère l'extrait ou la molécule visée sous forme solide ou liquide. Le CO<sub>2</sub> libéré sous forme gazeuse est même ré-exploitable. D'autre part, grâce à l'ajout d'un co-solvant, on peut accroître le spectre des molécules extraites. Il existe également des technologies pour procéder sans ajout de co-solvant.

L'extraction par CO<sub>2</sub> supercritique permet notamment d'isoler et de prélever très précisément une ou plusieurs molécules tout en préservant l'intégrité de celles-ci. En effet, les faibles températures utilisées (en moyenne comprises entre 40°C et 60°C) n'endommagent pas les molécules sensibles à la chaleur.



## 1.5 FAVORISER LES INGREDIENTS BIODEGRADABLES DANS LES PRODUITS RINCES

La biodégradabilité d'une substance est sa capacité à se décomposer en matières organiques sous l'effet de l'action de micro-organismes (bactéries, champignons, levures, algues, etc.). Ces matières organiques sont principalement la biomasse, le dioxyde de carbone et l'eau. L'origine pétrochimique d'une substance n'implique pas forcément une biodégradabilité nulle et à l'inverse, un ingrédient naturel n'est pas systématiquement biodégradable. On mesure communément le degré de biodégradabilité en unités de temps nécessaires à ce que le processus parvienne à son terme. Ce degré ainsi que les produits de la biodégradation varient en fonction de plusieurs paramètres :

- l'environnement dans lequel survient le processus (aérobie : en présence d'oxygène, anaérobie : en l'absence d'oxygène),
- le type de micro-organisme dégradateur.

Il existe un certain nombre de normes pour mesurer la biodégradabilité, qu'elles viennent de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economique) ou de l'Union Européenne<sup>6</sup> notamment pour établir les critères d'attribution du label écologique Ecolabel ou des standards uniformes de tests de biodégradabilité. Ecocert a également élaboré sa propre méthodologie de critères scientifiques qui conditionne l'attribution du référentiel à un produit donné.



### L'OREAL : UN OUTIL D'ECO-CONCEPTION DES FORMULES

L'ensemble des produits fabriqués par le Groupe a été analysé pour les classer en fonction des bénéfices offerts au consommateur. Après avoir défini 143 catégories de produits et passé au crible plus de 40 000 formules en 2014 et 2015, un outil d'éco-conception a été créé dans le but d'améliorer le profil environnemental des formules, à bénéfice consommateur équivalent. Déployé courant 2016, cet outil est utilisé par toutes les équipes de formulateurs. En 2015, L'Oréal a porté le taux de biodégradabilité moyen des shampoings à 91%. Parmi les nouveaux produits lancés en 2016, certaines formules ont des niveaux de biodégradabilité dépassant 98%, par exemple *Kérastase Aura Botanica* soin fondamental ou concentré essentiel, les shampoings et conditionneurs de la nouvelle gamme *Biolage R.A.W.*, le shampoing *Garnier Ultra Doux 5 plantes* ou l'huile précieuse *Lancôme Absolu*.

<sup>6</sup> Quelques exemples : Directive 67/548/CEE : Classification, étiquetage et emballage des substances dangereuses, Directive REACH, Directive Biocide ; tests Biodégradabilité Facile OCDE 301A, 301 B, 301F, etc.

## LABORATOIRES EXPANSCIENCE : BIODEGRADABILITE DES FORMULES

Une attention particulière est donnée au profil environnemental (biodégradabilité et écotoxicité) des matières premières utilisées dans la composition des formules. Ainsi la totalité de ces dernières dans les produits lavants *Mustela* sont biodégradables selon les méthodes de l'OCDE 302B (biodégradabilité intrinsèque) ou 301F (biodégradabilité facile).

## PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : DES SHAMPOINGS AUX FORMULES BIODEGRADABLES

Pierre Fabre Dermo-Cosmétique a fait le choix de mesurer la biodégradabilité de ses produits rincés par la méthode analytique officielle OCDE 301b (essai de dégagement de CO<sup>2</sup>) qui garantit qu'aucun composant de la formule ne vient enrayer le processus de biodégradation.

Chez Ducray, 95% des formules de shampooings sont biodégradables. Son shampooing *Extra Doux* en est un bon exemple car sa formule est biodégradable à plus de 80% sans perte d'efficacité.



## LE CAS DES MICROBILLES DE PLASTIQUE

Les microbilles de plastique utilisées dans les produits cosmétiques rincés ne sont pas un contributeur majeur aux débris plastiques se trouvant dans le milieu marin et dans les voies navigables. Une étude de 2012 estimait la contribution potentielle du secteur cosmétique européen entre 0,01 % et 1,5 % du montant total des déchets plastiques marins\*.

*\*Gouin et al, 2015, « Use of Micro-Plastic Beads in Cosmetic Products in Europe and Their Estimated Emission to the North Sea Environment »*

### L'engagement de l'industrie française

Les entreprises françaises se sont engagées, depuis 2013, dans des initiatives volontaires de suppression des microbilles de plastique et ont reformulé leurs produits grâce à des alternatives naturelles totalement biodégradables, bien avant la loi française\*\*.

Les fabricants ont donc mis en œuvre des processus pour élaborer des matériaux de substitution, utilisés seuls ou en association, les poudre de noyaux de fruits ou les microbilles en dérivés de cellulose.

Le secteur a suivi la recommandation de Cosmetics Europe d'octobre 2015 "de cesser d'incorporer, dans les produits cosmétiques rincés mis sur le marché à compter de 2020 : des particules plastiques synthétiques solides, utilisées à des fins d'exfoliation et de nettoyage, qui ne sont pas biodégradables dans l'environnement marin".

Preuve de l'engagement de l'industrie, une enquête\*\*\* de Cosmetics Europe, menée en 2016, montre l'efficacité de ces actions volontaires, avec une réduction de 82% de l'utilisation des microbilles de plastique dans les produits rincés à usage d'exfoliation et de nettoyage, sur l'année 2015 par rapport à 2012.

*\*\*Loi 2016-1087 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages du 9 août 2016 (Article L541-10-5 - III du Code de l'environnement*

*\*\*\* <https://www.cosmeticseurope.eu/news-events/reduction-use-plastic-microbeads>*

## 2. ECO-CONCEVOIR LES EMBALLAGES

Les emballages tiennent une place fondamentale dans l'univers de la cosmétique. Non seulement ils sont indispensables pour protéger et maintenir le plus longtemps possible les produits en conformité avec les normes sanitaires les plus exigeantes, tout en conservant leur efficacité, mais ils présentent beaucoup d'autres fonctions sociologiques majeures.

Selon un expert de notre industrie, *"L'emballage est le premier lien identitaire entre une marque et son consommateur (...). Il doit respecter l'identité des marques tout autant que satisfaire les attentes de l'utilisateur. Il faut savoir conjuguer dans sa conception, le sensoriel, le rationnel, l'émotionnel tout en intégrant les critères durables et sociétaux, exigence omniprésente liée à notre politique environnementale"*.



### LVMH : LES 3R DE GUERLAIN

Guerlain a pour objectif d'atteindre 100% de produits éco-conçus d'ici 2020. La Maison a déjà économisé 35 tonnes de carton par an en repensant ses coffrets parfums pour réduire leur taille de 15%. Ses sacs shopping sont désormais entièrement recyclables. Tous ses étuis sont labellisés FSC (*Forest Stewardship Council*) et ses flacons Abeilles se remplissent à l'infini grâce aux fontaines à parfums installées dans ses boutiques. La crème *Orchidée Impériale*, lancée en 2017, a été conçue en appliquant la règle des 3R : Réduire, Recycler et Réutiliser.

Le packaging a été travaillé avec les experts marketing et les développeurs pour allier design, qualité d'exécution et respect de l'environnement. La taille du pot a été ajustée à la contenance et son poids réduit de 60%. Le coffret, lui, a vu sa taille diminuer de 40% et il a été rendu 100% recyclable. Au total, ces efforts ont permis à la Maison de diminuer de 58% l'empreinte carbone du projet.



## 2.1 LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES MATERIAUX

Levier essentiel dans une démarche d'éco-conception, le choix des matériaux se portera sur ceux présentant l'empreinte environnementale la plus réduite possible : des matériaux renouvelables, naturels, recyclés, recyclables, nécessitant moins de ressources, des papiers et cartons provenant de forêts gérées de façon responsable et respectueuses de la biodiversité, des notices supprimées ou imprimées à l'intérieur des emballages, des emballages imprimés avec des encres à base d'huiles végétales...



### LES PME S'ENGAGENT POUR UN EMBALLAGE RESPONSABLE

Beaucoup de PME accordent une très grande importance à la durabilité de leurs matériaux : à l'image de **SFPP** dont les flacons en verre et les étuis en carton sont devenus la norme.

La TPE **Janakpur**, qui aide au développement d'autres laboratoires (formulation, réglementation), a travaillé avec la marque de beauté **Maison Jean d'Estrées** pour développer la gamme *Sonature*, rompant totalement avec les codes du luxe traditionnels. Les emballages sont en papier recyclable et de taille réduite.

Le **Groupe Panther** commercialise des flacons très majoritairement en PE\*, PP\* - et plus rarement en PET\* - et recourt de manière croissante à l'utilisation de cartons recyclés, par exemple pour les étuis des produits ou les suremballages (déjà composés de carton PCR\*\* en totalité).

**Phytosolba** utilise au maximum des emballages recyclables. L'entreprise vise par exemple à substituer ses pots en plastique au profit de l'aluminium.

\*Voir définition page 42

\*\*Voir définition page 32



## ❖ LES MATIERES PREMIERES DE RECYCLAGE

Les Matières Premières de Recyclage (MPR) ou Matières Premières Secondaires (MPS) ou encore *Post-Consumer Recycled* (PCR) sont des matériaux issus du recyclage de déchets pouvant être utilisés en substitution totale ou partielle aux matières premières vierges.

Par définition, leur utilisation permet de réduire l'usage de matières premières vierges standard. Selon la FEDEREC (Fédération professionnelle des entreprises du recyclage), la production d'une tonne de matière recyclée évite en moyenne 80 % des émissions de gaz à effet de serre et nécessite moitié moins d'énergie qu'une tonne de matière première vierge.

L'incorporation des MPR a des limites tenant à la disponibilité de ces matières et aux exigences de sécurité (assurer l'absence de contaminants dans la matière recyclée) et de traçabilité.

D'autre part, les caractéristiques physiques des plastiques recyclés diffèrent des plastiques primaires. Leur couleur (grise), leur rigidité peuvent varier en fonction de la qualité de la collecte et du tri. Ce qui rend aléatoire leur usage.



### GROUPE CLARINS : DES MATERIAUX RECYCLABLES ET RECYCLES

63% des matériaux utilisés par Clarins sont recyclables, 74% chez Thierry Mugler Parfums et 82% chez Azzaro.

L'entreprise utilise aussi des matériaux recyclés. Leur incorporation croissante dans les emballages fait l'objet d'un effort continu. Ainsi, tous les pots en verre et tous les flacons de fonds de teint incorporent 25% de verre recyclé. Le flacon de l'*Huile Embellissante Solaire* contient 30% de PETR (PET certifié recyclé après usage).

### GROUPE ROCHER : DES FLACONS CONTENANT DU PET PCR

88% des flacons PET contiennent du PET PCR (*Post-Consumer Recycled*) c'est-à-dire issu de filières de matières premières recyclées. Grâce entre autres à ces mesures, 233 tonnes de plastique vierge ont été économisées en 2016.

## HEAD & SHOULDERS RECYCLE LE PLASTIQUE DE PLAGES

Le plastique récolté sur les plages ou les étendues et cours d'eau douce constitue un ensemble très hétéroclite de plastiques rigides (PET, PE-LD, PP, PS, PE-HD). TerraCycle, une entreprise spécialisée dans le recyclage de déchets non pris en charge par les opérateurs de recyclage traditionnels, a œuvré auprès d'associations locales pour organiser des collectes de déchets plastiques sur les plages. Le plastique PE-HD collecté et trié est lavé, broyé et réduit en paillettes, pour confectionner les bouteilles Head & Shoulders.

Ainsi, Head & Shoulders commercialise depuis juin 2017 une bouteille de shampoing recyclable dont l'emballage est constitué pour un quart de ce plastique recyclé. Les ingénieurs ont conçu une nouvelle structure d'emballage composée de trois couches. L'emballage final est gris, ce qui est assez inhabituel pour le consommateur. Procter & Gamble, la maison-mère, a fixé l'objectif de commercialiser un demi-million d'emballages contenant 25% de plastique de plage en 2018. En tout, 2 600 tonnes de résine non-vierge seraient ainsi utilisées annuellement.

## L'OREAL : LES MATERIAUX RECYCLES PCR

Le Groupe a utilisé 7050 tonnes de matières recyclées après usage dit PCR (*Post-consumer recycled*). Quelques exemples d'emballages issus de cette stratégie :



**BIOLAGE :**  
Flacon composé de  
100% de PET-PCR



L'Oréal professionnel  
– MYTHIC OIL  
Pot composé de 25%  
de PET-PCR



**KERASTASE**  
Flacon composé de  
100% de PET-PCR



L'Oréal Paris –  
BOTANICALS  
Flacon composé de 100%  
de PET-PCR

La politique d'éco-conception du Groupe a permis le développement de produits qui substituent de plus en plus au matériau vierge fossile les matériaux issus du recyclage ou biosourcés, dès que le bénéfice environnemental global est prouvé et que la qualité est au niveau de celle du matériau vierge.

## LVMH : LIFE 2020

Avec le lancement de LIFE 2020, l'éco-conception des emballages est devenue une priorité puisqu'à l'horizon 2020, tous les produits commercialisés par l'entreprise devront avoir une performance environnementale améliorée. Les Maisons des groupes d'activités Parfums & Cosmétiques se sont engagées à améliorer de 10% l'Indice de Performance Environnementale (IPE) de leurs produits entre 2013 et 2020.

PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE :  
DES PET PCR DANS LES FLACONS KLORANE

Depuis 2011, 100% des flacons de shampoings et de démaquillant des Laboratoires Klorane contiennent *a minima* 25% de PET PCR (*Post Consumer Recycled*).

❖ PAPIERS ET CARTONS DURABLES

Une grande partie des entreprises du secteur recourt aux papiers et cartons provenant de forêts gérées durablement, selon les cahiers des charges des deux grandes organisations FSC (*Forest Stewardship Council*) et PEFC (*Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes*).

D'autres entreprises vont plus loin en choisissant de travailler avec des imprimeurs certifiés *Imprim'Vert*®. Cette marque a aujourd'hui une couverture européenne. Elle certifie que les imprimeurs gèrent leurs activités durablement (limitation des déchets, absence de produits toxiques, suivi des consommations énergétiques, etc) en ayant recours à des papiers blanchis sans chlore ni dérivé de chlore *ECF* (*elementary chlorine free*, sans chlore) ou encore en utilisant de l'encre végétale.



GROUPE L'OCCITANE

Les emballages des produits L'Occitane sont composés à plus de 20% de matériaux recyclés ou renouvelables. 396 tonnes de matière recyclée ont été utilisées en un an pour les marques L'Occitane et Melvita.



## 2.2 REDUIRE LA TAILLE ET LE POIDS DES EMBALLAGES

En plus de proposer des solutions en adéquation avec les besoins des consommateurs (nomadisme, formats légers), les entreprises, en lien avec les fabricants d'emballages, adaptent la taille et le poids des emballages pour optimiser la quantité de produits par palette de transport et limiter l'impact environnemental de la phase de logistique et de distribution.



### CHA LING : POIDS REDUIT

Les emballages de la Collection Cha Ling sont économes en matières et beaucoup sont rechargeables. Les flacons *EvoClassic* de cette gamme ont leurs capsules soudées (réduction du poids global). Ces derniers sont également constitués de matériaux recyclables et les parois ont été amincies sans diminuer la robustesse de l'emballage.



## CHANEL : UN COLISAGE PLUS RESPONSABLE GRACE AU CARTON D'EMBALLAGE DIRECT (CED)

Un seul carton de l'usine à la livraison selon un processus optimisé qui présente des gains environnementaux :

- réduction du nombre de camions ou de containers grâce à des cartons mieux remplis (50% de rejets de CO2 en moins),
- réduction des déchets d'emballage par la suppression d'une opération d'emballage,
- amélioration de la traçabilité de nos produits à travers le monde : une étiquette unique est à présent attachée au colis,
- carton réutilisable, recyclable et certifié FSC.

et améliore l'ergonomie des postes de travail

- au sein du centre de distribution : allègement du poids des colis. Le poids maximum est de 15kg (au lieu de 25kg). Les colis lourds sont palettisés automatiquement ;
- sur les sites de production : implication des représentants des équipes ainsi que des membres du Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) pour améliorer ce dispositif et accompagner l'acquisition de la nouvelle gestuelle.

La solution CED est donc économique, écologique et respectueuse des collaborateurs.



## GRUPE CLARINS : DES POTS ALLEGES

Les pots en verre de 50 ml des crèmes Clarins ont été allégés de 12% à l'occasion de leur refonte en 2012. Le poids du pack *Joli Rouge* a été allégé de 15%. Plus globalement, tous les étuis ont été allégés et sont imprimés recto / verso (notamment les notices de certains produits).

## GRUPE L'OCCITANE : UN INDICATEUR WCR

Pour chaque nouveau développement, les ratios formule/emballage primaire et emballage primaire/secondaire sont mesurés grâce à l'indicateur *Weight Content Ratio* (WCR) afin d'optimiser le conditionnement.

Pour le catalogue existant, chaque année des actions sont mises en place pour améliorer les emballages.

Par exemple, pour le format 75 ml, le volume ras bord a été réduit de 13% en diminuant le diamètre du flacon. Cette modification sur le pack primaire a permis d'optimiser le tertiaire en mettant 33% de produits en plus par palette.



## L'OREAL : ASSORTIMENT

Dès 2007, L'Oréal a mis en place une politique de packaging responsable fondée sur trois piliers : Respecter, Réduire et Remplacer. Un processus global et systématique d'éco-conception est instauré en amont pour les emballages des produits finis comme pour les emballages de transport.



**KERASTASE**  
Allègement de la capsule et allègement du flacon, soit 3g en moins au total pour chaque produits finis. Les bouchons seuls permettent d'économiser 45 tonnes de plastiques par an, sur la gamme



**BIOThERM**  
Allègement des flacons Biosource 200mL et 400mL, soit un total de 10 tonnes de matériaux vierges économisées par an.



**NARTA**  
Allègement des bidons aluminium : -4,7% d'aluminium par bidons soit un total de 18 tonnes d'aluminium / an économisées sur la gamme Narta



**L'OREAL PROFESSIONNEL**  
Aérosol compressé, permettant ainsi de réduire considérablement la quantité d'aluminium par bidon : -38%

LABORATOIRE BIOGENESE APPLIQUEE :  
OPTIMISER LA LOGISTIQUE

LBA conçoit un nouveau type de cale pour en faire un objet à double utilisation, du type boîte à crayons par exemple.

Dans le secteur du luxe, même s'il est délicat de jouer sur l'emballage en fonction du marché visé, LBA a réussi à diviser par plus de deux la taille de ses emballages, même les plus sophistiqués. De même, les packagings secondaires ont été supprimés. A terme, les brochures et notices de la PME seront imprimées localement pour éviter de transporter ces documents qui peuvent représenter un poids considérable sur de longues distances.

LABORATOIRES EXPANSCIENCE : REPENSER LES EMBALLAGES

Engagés dans une démarche d'éco-conception, les Laboratoires Expanscience appliquent la démarche des 4R : "Réduction, Remplacement, Recyclage, Repenser" à tous leurs développements de packs. Ainsi, le conditionnement de leur huile de massage a été revu de façon à alléger le poids du flacon et l'opération de sertissage a été supprimée. Le produit est maintenant fabriqué sur le site industriel en France et l'ensemble du pack est plus léger et mieux recyclable. Cette opération a permis de réduire de 4,5 tonnes l'utilisation de plastique.



UNILEVER : LES DEODORANTS COMPRESSE

Les déodorants *Compressé* lancés par Unilever sont deux fois plus petits que les sprays classiques et contiennent deux fois moins de gaz. Ils offrent la même efficacité et le même nombre d'utilisations qu'un déodorant aérosol habituel.

## 2.3 PROPOSER DES RECHARGES

Certaines marques proposent des conditionnements rechargeables. Les emballages de ces produits ont l'avantage d'être réutilisés plusieurs fois, ce qui compense leur prix plus élevé à l'achat et des emballages généralement plus lourds. Les recharges s'inscrivent dans une démarche de réemploi et de consommation responsable, à condition de renouveler le geste au moins 3 à 4 fois.

De la même façon, la vente en vrac permet de réduire le suremballage tout en fournissant les quantités exactes désirées par les consommateurs. Cette forme de vente est réservée à certains types de produits, en raison des normes sanitaires et de conservation à respecter.

Il convient de veiller à bien prendre en compte les règles de cosmétovigilance pour s'assurer de l'accès aux informations par le consommateur quand il a rechargé son flacon.



### UN EMBALLAGE SOUPLE ET ALLEGE

De nombreuses marques proposent des recharges sous forme de sachets souples tenant debout dans les présentoirs. Ils nécessitent moins de plastique pour être fabriqués, du fait d'une très grande légèreté (tout en conservant sa solidité).



### GRUPE CLARINS : FONTAINE A PARFUM ET RECHARGE

La **Source Mugler** permet d'obtenir 5 à 6 réemplois par flacon en moyenne. Certains clients très fidèles et approbateurs ont véritablement développé un *réflexe ressource* (ils y ont notamment été incités par un bonus économique sur leurs achats).



Lancé en 1992, les flacons de parfum **Angel**, "*si beaux qu'il est impossible de les jeter*", se rechargent via des fontaines à parfum. Ce lancement était accompagné de la mise en place de cartes clients pour renforcer l'effet de fidélisation.

Cette initiative a permis d'économiser chaque année plus de 2,2 millions de bouteilles et autant de boîtes, cales et cellophane.



Par ailleurs, les pots vides de la gamme de soins sur mesure **MyBlend** sont réutilisables à volonté par simple remplacement de la recharge que les clients peuvent commander en ligne.





## L'OREAL : DES RECHARGES



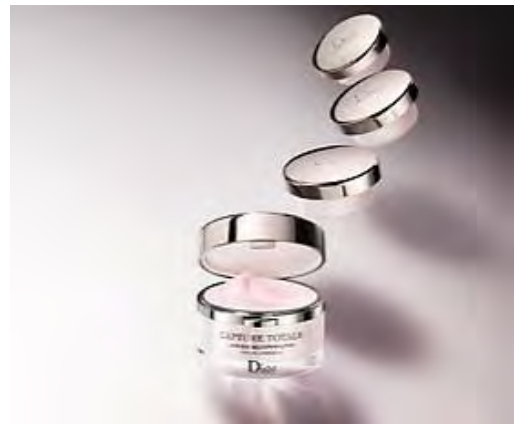
- KERASTASE – FUSIO DOSE
- Bouteille rechargeable
  - 1 bouteille multi-doses remplace 20 boosters mono-dose



- SHU UEMURA :
- rechargeable sans colle ou aimant
  - Recharge et nettoyage aisés
  - Plusieurs tailles disponibles

## LVMH : PARFUMS CHRISTIAN DIOR RECHARGEABLES

La "rechargeabilité" est une autre manière pour LVMH d'allonger la durée de vie de ses produits. Parfums Christian Dior, par exemple, développe ce concept depuis de nombreuses années. La Maison a commencé à l'appliquer à ses gammes premiums. Aujourd'hui, 80% des sérums et des crèmes qu'elle lance sont rechargeables. Pour la seule crème Capture Totale, cela se traduit par une économie annuelle de 600 000 litres d'eau et d'environ 11,6 tonnes de déchets. Parfums Christian Dior a poursuivi cette démarche en 2016, commercialisant sa nouvelle crème *DreamSkin Perfect Skin Cushion* dans un emballage rechargeable.



### LVMH : CHA LING

La maison sino-française propose ses soins *Best Sellers* en formats rechargeables en porcelaine. La porcelaine est faite de matériaux naturels et recyclables chez le fournisseur. Trois années de recherche et de développement ont été nécessaires pour mettre au point ce nouveau packaging afin de préserver le contenu et l'hygiène du contenant. Les pièces étant entièrement coulées et revidées mains, il a fallu surmonter de nombreuses contraintes techniques (notamment les calages subtiles) et travailler l'adhérence entre la recharge plastique, le flacon et la porcelaine, matériau vivant qui se rétracte de près de 14% à la cuisson !

### PHYTOSOLBA

La PME propose aux professionnels des shampoings en recharges d'un litre.



## 2.4 AMELIORER LA RECYCLABILITE

Améliorer la recyclabilité d'un emballage est un axe stratégique d'éco-conception.

Dans le cadre d'une politique d'emballage responsable, il convient d'intégrer au mieux la recyclabilité dans ses choix d'éco-conception. Les entreprises cherchent à substituer les matériaux traditionnels par des matériaux recyclables et à utiliser des matériaux compatibles avec des filières de recyclage existantes.



### GROUPE CLARINS

Pour l'intégralité des parfums ressourçables Mugler et Eau Dynamisante, les designers ont accordé une attention toute particulière à la recyclabilité : tous les éléments des packs sont séparables afin de faciliter le tri.

### SHISEIDO

Pour ses prochains développements, Shiseido travaille à favoriser la séparation des matériaux en fin de vie sur les pièces complexes (capots cosmétiques et parfum) afin d'améliorer la recyclabilité, sans nuire à la qualité lors de l'utilisation.



## LA RECYCLABILITE VARIABLE DES PLASTIQUES

Les familles de plastiques les plus utilisés pour les emballages cosmétiques sont :

- les polyéthylènes (PE) utilisés pour les tubes et flacons,
- le polyéthylène téréphtalate (PET clair et foncé) aux propriétés très transparentes, idéales pour les flacons contenant des formules riches en huiles,
- le polyéthylène haute densité (PEhd) utilisé pour les flacons,
- le polypropylène (PP) très rigide, utilisé surtout pour les capsules et pompes.

Les emballages en plastique disposant d'une filière de recyclage actuellement en France sont les bouteilles et flacons en PET, PEhd et PP.

## LES CHIFFRES CLES DES EMBALLAGES COSMETIQUES (CITEO\*)

- Près de 80% des emballages cosmétiques ont une filière de recyclage. 53% sont recyclés en France.
- L'éco-contribution du secteur cosmétique s'élève à environ 16,5 millions € ("cosmétiques et autres produits").
- Elle permet de financer la collecte et le tri de presque 1 032 410 habitants, soit l'équivalent des villes de Marseille et Reims.
- Le recyclage des emballages des produits cosmétiques a permis d'éviter l'émission de 52 981 tonnes de CO<sub>2</sub>, soit l'équivalent de 29 681 voitures.

*\*Née de la fusion entre Eco-Emballages et Ecofolio en septembre 2017 - Chiffres 2017*

## 2.5 ECO-CONCEVOIR LA PUBLICITE SUR LE LIEU DE VENTE (PLV)

La publicité sur le lieu de vente (PLV) est une des spécificités du secteur cosmétique. Elle désigne tout autant les supports publicitaires ou visuels que les présentoirs et le mobilier de vente. Leur fabrication mobilise une certaine quantité de ressources. ECR (*Efficient Consumer Response France*<sup>7</sup>), en collaboration avec la FFPS (Fédération Française de la Parfumerie Sélective) et la FEBEA, a publié en 2016 un Livre Blanc\* qui dispense des recommandations afin d'améliorer le taux d'utilisation des éléments de PLV, de réduire les coûts de traitement opérationnels et d'augmenter leur recyclabilité.

De nombreuses expérimentations monomarkes et multimarkes sont en cours pour améliorer la recyclabilité des PLV, leur collecte en vue du recyclage et diminuer globalement leur impact environnemental.

**\*Cycle de vie des éléments de PLV dans le secteur de la parfumerie sélective** – [Guide de bonnes pratiques ECR / FEBEA / FFPS : https://institutducommerce.org/publications/542-Cycle-de-vie-des-elements-PLV-dans-le-secteur-de-la-parfumerie-selective](https://institutducommerce.org/publications/542-Cycle-de-vie-des-elements-PLV-dans-le-secteur-de-la-parfumerie-selective)



### CHANEL : MATERIAUX RECYCLES

Chanel utilise des PLV en PMMA (poly méthacrylate de méthyle) recyclé et recyclable appelé Greencast. Ce projet a été développé par l'entreprise milanaise Madre Perla. En 2016, 70 % des PLV de Chanel sont composés avec une majorité de PMMA recyclé Greencast.

Dans son système *Make-up Experience Display* (MED), les PLV sont démontables, la colle est remplacée au maximum par des chevilles, ce qui facilite l'assemblage, le démantèlement et optimise le volume de transport. Une seule palette est utilisée tout au long du déplacement de la PLV. Chanel utilise sur ses PLV du vernis propre sans solvant. Depuis 2016, 100 % des éléments de PLV sont éco-conçus.

<sup>7</sup> Réseau actif d'échange et de réflexion favorisant la collaboration, le partage d'expériences et de bonnes pratiques, rassemble les décideurs des industriels, distributeurs et prestataires logistiques du secteur de produits de grande consommation alimentaires et non-alimentaires

#### PROJET CYCLEAPP : APPLICATION COLLECTE DE TRI ET RECYCLAGE DES PLV

Chanel a développé une application pour smartphone avec l'entreprise Happy Blue Fish, qui facilite la collecte et le recyclage de la PLV en fin de vie. Le projet test se déroule depuis mars 2017 dans la ville de Lyon sur 13 points de vente.

Conçu de façon collaborative entre Chanel, Marionnaud, Le Printemps, Les Galeries Lafayette, La Poste, Nouvelle Attitude et Paprec, ce projet propose une solution pour prendre en charge la fin de vie des PLV exposées chaque jour dans les parfumeries. Il s'agit de les collecter au point de vente, puis de les trier, les recycler et les valoriser, tout en assurant la traçabilité des éléments collectés.

Une mutualisation du projet est en cours avec certaines marques et enseignes du secteur.

#### GRUPE CLARINS : UNE PLV DURABLE

Le Groupe Clarins est très impliqué en matière de PLV durable. Plusieurs actions ont été engagées avec succès :

- simplification des décors pour améliorer leur recyclabilité,
- suppression du pelliculage sur les fourreaux et pancartes,
- livraison à plat des présentoirs pour moins de volume,
- 100% des articles de conditionnement, PLV et édition avec de la fibre de bois labellisés FSC ou PEFC.

#### L'OREAL : ECO-CONCEPTION DE LA PLV

Le Groupe a mis en place un processus global d'éco-conception de sa PLV depuis 2015. Un ensemble de règles d'éco-conception couvrant les différentes étapes du cycle de vie des PLV (conception, production, transport et fin de vie) ont été mises au point. L'Oréal travaille avec ses fournisseurs pour appliquer ces règles et mettre sur le marché des PLV mieux conçues :

- optimisation du poids des éléments de PLV en assurant la performance technique globale,
- utilisation de matériaux bois/papier/carton certifiés FSC ou PEFC,
- utilisation d'un minimum donné de matériaux recyclés ou renouvelables,
- suppression des éléments électroniques pour les PLV éphémères ; utilisation de LED pour les PLV permanentes avec de la lumière,
- pour les PLV multi-matériaux : séparabilité des éléments pour faciliter le recyclage.

PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE :  
BONNES PRATIQUES DE CONCEPTION DE LA PLV

Pierre Fabre Dermo-Cosmétique réalise des analyses d'utilisation de la PLV envoyée à ses distributeurs ainsi que des analyses d'adéquation de la demande marketing à l'objectif recherché, ce qui permet de ne produire que ce qui sera réellement utile. Cette pratique a permis de réduire de manière très significative le volume de PLV produite.

Elle déploie également un programme de formation d'éco-conception de la PLV à destination des services Création et Développement pour faciliter le recyclage des articles promotionnels en fin de vie.



# FOCUS

## Eco-conception

GROUPE **L'OC**CITANE : UN PRODUIT RESOLUMENT ECO-CONÇU

Le shampoing *Aromachologie* illustre les multiples facettes de l'éco-conception :

- **Approvisionnement des composants en Europe et conditionnement en France**

- **Formule**

- naturelle à plus de 93 %,
- biodégradable à plus de 98 %,
- utilisant un process de fabrication à froid.

- **Emballage**

- sans étui,
- d'une grande contenance : 500 ml,
- avec une éco-recharge permettant une économie de matière de 78%,
- fabriqué avec 100% de PETR (Polyéthylène Téréphtalate recyclé),
- doté d'une pompe délivrant la juste dose de produit.

- **Recyclabilité :**

- un flacon 100 % recyclable,
- une pompe dévissable pour faciliter le tri sélectif,
- la mise à disposition dans les boutiques de contenants TerraCycle : 3 emballages rapportés donnent lieu à une réduction de 10%.

L'OREAL : EVALUATION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL GLOBAL

L'engagement de L'Oréal *Sharing Beauty With All* est d'avoir 100% des nouveaux produits améliorés d'ici 2020. Pour satisfaire cette ambition, le Groupe a créé un outil d'évaluation environnementale et sociale, pour l'ensemble des phases du cycle de vie du produit. Cet outil complète le process d'éco-conception et permet aux concepteurs (formule, packaging, développement, marketing,...) de simuler les options possibles pour en sélectionner les plus pertinentes. L'outil s'appuie sur une méthodologie d'empreinte multicritères et une analyse détaillée de chacune.

Tous les produits fabriqués par le Groupe L'Oréal ont été analysés et classés selon leurs bénéfices environnementaux. 143 catégories ont été définies, 40 000 formules examinées entre 2014 et 2015, ce qui a permis de lancer, début 2016, un nouvel outil d'éco-conception utilisé par toutes les équipes de formulateurs. L'écotoxicité, la consommation d'eau, l'eutrophisation, la renouvelabilité des matières premières et l'impact des processus de transformation sont notamment des critères de cet outil.



# FABRIQUER DURABLEMENT

## 1. OPTIMISER LES PROCESSUS INDUSTRIELS

### 1.1 MAITRISER LES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE ET D'EAU

La maîtrise des consommations d'énergie et d'eau des sites industriels est l'un des leviers d'optimisation de l'impact environnemental. Effectuer un suivi constant de ces flux est indispensable pour poursuivre une démarche de progrès continue.



#### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : RÉDUCTION DES CONSOMMATIONS

La nouvelle installation du site d'Epernon a permis à la fois de doubler la capacité de production et de réduire de façon drastique la consommation d'électricité et d'eau (plus de 10 000 m<sup>3</sup> consommés en moins par an) tout en diminuant fortement les coûts de production. Ce site dédié à la R&D, déjà certifié ISO 14 001, vise le zéro rejet aqueux d'ici 2020. Ses consommations d'électricité, de gaz et d'eau devront avoir baissé respectivement de 30, 50 et 50% entre 2010 et 2020.

#### GRUPE ROCHER : DES CHAUDIÈRES À BOIS

Les deux principaux sites de distribution logistique des produits cosmétiques situés en Bretagne sont désormais équipés de chaudières à bois, chauffant ainsi 950 salariés à l'énergie renouvelable. En 2016, ces nouvelles chaudières ont permis d'éviter l'émission de 1 608 tonnes de CO<sub>2</sub>.

## MELVITA : UNE INSTALLATION SOLAIRE THERMIQUE A USAGE INDUSTRIEL

En 2012, Melvita a inauguré une nouvelle éco-usine : citerne pour la récupération des eaux de pluie, station interne de traitement des effluents par phytoépuration, toiture végétalisée, puits de lumière... Un système de panneaux solaires thermiques couplés chauffe un réservoir de 6 000 litres à 50°C, pour le lavage des cuves de production. A la clé, une réduction importante des consommations de gaz du site et des transports qui alimentent l'usine en gaz propane (22 MWh PCI de gaz propane (1 700 kg) et 8 MWh électrique sont ainsi économisés par an).

## DU COTE DES PME

Parfois, les mesures à mettre en place ne nécessitent pas de grands investissements.

**Phytosolba** a choisi des contrats énergie en privilégiant l'énergie verte.

Pour mieux gérer l'énergie en production, **Phytomer** a notamment installé des compresseurs à variateur de vitesse ou des échangeurs de chaleur sur les équipements. Toute l'énergie consommée provient de sources renouvelables : énergies éolienne, solaire, aérothermique, géothermique, hydrothermique, marine et hydroélectrique, biomasse, gaz de décharge, gaz des stations d'épuration d'eaux usées et biogaz...

**Eugène Perma** lance la refonte de son parc lumineux extérieur, ainsi que de ses sites logistique et production en éclairage LED - soit une réduction d'énergie portée à 50% sur la première année. La société coupe également le chauffage de ses locaux aux dates légales.

**Azur Fragrances** a mis en place des minuteurs sur les interrupteurs dans des zones de passage.



## ❖ FAVORISER LES ENERGIES RENOUVELABLES

### DSM

Le site de production Alpaflor® de DSM utilise exclusivement de l'électricité renouvelable (origine hydroélectrique principalement). Tous ces sites de production ont des objectifs de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, de Composés Organiques Volatiles (COV), de déchets et doivent diminuer leur utilisation d'eau et d'électricité.

### GRUPE L'OCCITANE : OBJECTIF ENERGIE

Le Groupe L'Occitane utilise déjà 28% d'énergie renouvelable et compte atteindre les 100% en différentes phases :

#### **Étape 1 : la France**

Pour cette étape, l'objectif est atteint :

- 100% des boutiques en propre en France fonctionnent avec de l'énergie 100% renouvelable,
- tous les sites industriels du Groupe sont également approvisionnés en énergie 100% renouvelable.

#### **Étape 2 : les principales filiales**

- Le Groupe L'Occitane étudie le recours à l'électricité issue de sources renouvelables pour l'alimentation des sites et boutiques de ses principales filiales de distribution (hors transport),
- ces dernières représentent 80% des consommations d'électricité du Groupe.

#### **Étape 3 : déploiement de la démarche dans les autres filiales de distribution**

### GRUPE ROCHER : ENERGIE RENOUVELABLE

Dans le cadre de ses objectifs à 2020, le Groupe Rocher s'est engagé, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017, à s'approvisionner à 30% en énergie renouvelable pour couvrir la consommation électrique de tous ses sites opérationnels en France et à réduire ses consommations d'énergie et d'eau de 10% par rapport à 2015.

### L'OREAL : VERS LA NEUTRALITE CARBONE

Entre 2005 et 2016, Le Groupe a réduit de 67% ses émissions de CO<sub>2</sub> et a augmenté le volume de sa production de 29%. Grâce à des projets utilisant des technologies diverses et adaptées à la localisation des sites (par exemple la biométhanisation et les panneaux solaires) et à l'achat d'électricité et de gaz verts, l'approvisionnement renouvelable satisfait 45% des besoins des usines et centrales de L'Oréal en 2016. Le Groupe compte 15 sites, 5 usines et 10 centrales de distribution ayant atteint la neutralité carbone.

### LABORATOIRE BIOGENESE APPLIQUEE

LBA travaille avec le Laboratoire Laurence Dumont, un sous-traitant d'Agén spécialisé dans les parfums bio et l'épilation. L'implication de ce sous-traitant dans l'environnement et le développement durable a été déterminante. Son site de production est notamment recouvert de panneaux photovoltaïques.

### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : ENERGIES RENOUVELABLES

Le site industriel des Laboratoires Expanscience achète de l'électricité renouvelable provenant de sources françaises (pour chaque MWh d'électricité consommé sur le site de production d'Épernon, la quantité équivalente d'électricité d'origine 100% renouvelable est injectée par EDF sur le réseau).

Par ailleurs, le site est certifié ISO 14001. Le siège parisien est quant à lui certifié HQE® (label reconnu attestant de bâtiments éco-construits.)

Par ailleurs, le laboratoire s'est lancé dans une initiative globale d'optimisation de consommation des ressources et de réduction de ses déchets sur son site de production depuis 2010. En 2017, les consommations d'eau, d'électricité et de gaz ont baissé respectivement de 26%, 18% et 28,5% pour 100 unités produites.



## ❖ MAITRISER LA CONSOMMATION D'EAU

### L'OREAL : REDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU

Le Groupe s'est engagé à réduire de 60% sa consommation d'eau par unité de produit fini d'ici à 2020 par rapport à 2005. Deux axes d'action sont privilégiés : optimiser les consommations et développer les projets de recyclage et de réutilisation des eaux sur les sites de production.

## ❖ SYSTEMES DE MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

De nombreux acteurs du secteur cosmétique ont entrepris d'utiliser des énergies renouvelables et de limiter la consommation d'eau et d'énergie de leurs sites de production, via la mise en place de Systèmes de Management Environnemental (SME). A titre d'illustration, 77% des entreprises représentatives d'une enquête Vigeo Eiris menée courant 2017 ont mis en place un outil de gestion permettant de réduire et de maîtriser ses impacts sur l'environnement, souvent la certification ISO 14 001.



### CHANEL : LE SITE DE PRODUCTION A COMPIEGNE, ACTEUR DE LA CONSTRUCTION DURABLE

Le site de production Chanel de Compiègne s'est vu attribué une certification RSE par les *Green Solutions Awards*, comme acteur reconnu de la construction durable. En 2016, le site de production Parfums Beauté de Compiègne se voyait récompensé pour sa douzième et dernière extension d'une certification Haute Qualité Environnementale (HQE®) de niveau exceptionnel. Ce prix a été attribué suite à l'audit de réalisation effectué sur 4 thématiques : santé, confort, environnement et énergie. Il s'agissait du premier bâtiment industriel français à obtenir ce label. Le projet de Compiègne s'est vu décerner le 2<sup>ème</sup> prix du bâtiment durable dans la catégorie "Santé & confort" par Certivea pour le concours des *Green Solutions Awards* en 2017.

### GROUPE ROCHER : UNE CULTURE DU SME BIEN ANCRÉE

Les quatre principales usines de production cosmétique du Groupe Rocher (trois en Bretagne, une à Cork en Irlande) sont certifiées ISO 9001 (management de la qualité), 14001 (système de management environnemental) et OHSAS 18001 (management de la santé et de la sécurité au travail).

### SISLEY : UN SITE HQE®

Chez Sisley, les responsables Hygiène Santé Environnement (HSE) des différents sites fixent aux différents services des objectifs de performance environnementale. Depuis près d'un an, une démarche similaire est engagée avec ses fournisseurs et sous-traitants.

Le site de Saint-Ouen l'Aumône s'inscrit dans une démarche de certification Haute Qualité Environnementale (HQE®) portant à la fois sur les bureaux et sur les entrepôts logistiques.

La plateforme logistique va passer à l'éclairage LED.

Ce site est aussi équipé d'une toiture photovoltaïque qui couvre 100% des besoins électriques des bureaux.

### LVMH : DE NOUVELLES TECHNOLOGIES D'ÉCLAIRAGE

Pour optimiser sa consommation énergétique, LVMH s'appuie sur le programme LVMH Lighting. Celui-ci a été mis en place pour développer l'utilisation au sein du Groupe de nouvelles technologies d'éclairage, en particulier la LED (*Light Emitting Diode*) qui diminue de 30% en moyenne la consommation d'électricité, supprime beaucoup de maintenance et apporte qualité et fiabilité à la lumière. En quelques années, la « culture LED » s'est diffusée dans l'entreprise, portée par des efforts constants d'information, de sensibilisation et de formation.

En 2016, LVMH a par exemple organisé trois "LED Expos" à Paris, New York et Hong-Kong. La technologie LED étant encore récente et peu standardisée, le Groupe a également mis en ligne en 2014 un site de e-commerce ([lvmhlighting.com](http://lvmhlighting.com)) qui propose aux Maisons et à leurs installateurs les solutions les plus innovantes, efficaces et économiques pour s'équiper.



## ❖ ECOLOGIE INDUSTRIELLE ET TERRITORIALE

Créer des synergies territoriales permet de réduire les coûts et d'augmenter l'efficacité des procédés industriels : une entreprise peut par exemple intégrer dans son processus de production les déchets recyclés d'une autre entreprise de proximité. Ce genre d'initiative, qui mêle les notions de procédés industriels et logistiques et d'économie circulaire, s'intègre dans une démarche d'Ecologie Industrielle et Territoriale (EIT). Celle-ci implique de réaliser une étude poussée et globale des flux locaux (de matières premières, de consommations intermédiaires, d'énergies, de déchets, de transport de personnes) afin d'identifier les synergies potentielles entre acteurs économiques géographiquement proches. Plusieurs initiatives remarquables ont déjà vu le jour en France.



### AZUR FRAGRANCES : MUTUALISATION

Azur Fragrances a mutualisé ses ressources et ses moyens avec une autre entreprise pour concevoir un équipement d'extraction dans les ateliers de production.

### DSM : MISE EN COMMUN

La production de deux sites de fabrication relativement proches est mise en commun afin de ne faire partir qu'un seul camion pour le lieu de stockage au lieu de deux. En outre, un des sites de production partage ses infrastructures pour l'énergie et le traitement des déchets avec le site d'une autre entreprise. Cette dernière rejette des "déchets" qui sont utilisés comme matières premières pour la fabrication de produits.

### L'OCCITANE EN PROVENCE

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur a lancé 12 Opérations d'Intérêt Régional (OIR) avec pour ambition d'accompagner des territoires, des filières et des entreprises dans l'accélération de projets structurants créateurs de richesse et d'emplois. Elle vise un aménagement équilibré du territoire.

Les Laboratoires M&L (filiale française du Groupe L'Occitane en charge de la formulation et de la production des produits) co-président l'OIR Naturalité, qui vise à faire de la région PACA le territoire de référence en Europe dans le domaine de la naturalité, en se basant notamment sur l'économie circulaire.

## 1.2 TRAITER LES EFFLUENTS EN INTERNE

La plupart des entreprises, y compris les PME, ont mis en place en interne des systèmes de traitement des rejets : épurateurs et unités de traitement, gestion des rejets atmosphériques. Concernant les rejets aquatiques, les mesures les plus courantes sont les bassins de prétraitement de l'eau. Les procédés industriels atteignent une optimisation de plus en plus fine pour réduire la charge organique des effluents dans le secteur.



### DSM : LA GESTION DE L'EAU

Lors de la production de son émulsionnant Amphisol® K, DSM valorise désormais l'eau rejetée qui contient du phosphore : celle-ci est redirigée vers une usine de traitement des eaux et alimente les micro-organismes.

D'autre part, le site qui produit la gamme Alpaflor® a réduit de 40% sa consommation d'eau en une seule année, en changeant ses processus à volume de production égal. Depuis, le site fait des améliorations continues en ce sens.

### GROUPE ROCHER : LES DECHETS VALORISES

A l'échelle du Groupe, la part des déchets valorisés, recyclés ou réutilisés est de 96% en 2016. Les boues produites par les stations d'épuration des sites industriels du Groupe sont compostées.

### L'OREAL : TRAITEMENT DES EFFLUENTS

L'Oréal retraits les effluents sur les sites, en sortie des stations d'épuration des usines, afin d'en extraire une eau de très haute qualité. Celle-ci est ensuite réutilisée pour le lavage des outils de production ou les processus de refroidissement. Fin 2016, L'Oréal compte 10 installations de recyclage.



#### PHYTOMER : LE TRAITEMENT DES EFFLUENTS

Pour le traitement de ses effluents industriels, Phytomer s'est dotée d'un système totalement naturel : des jardins filtrants. Ces dispositifs consistent à utiliser les processus naturels de phytoépuration et permettent d'épurer notamment les effluents industriels. De plus, en tant que zones humides, ils constituent des refuges naturels de biodiversité bénéfiques pour l'écosystème local. De nombreuses espèces fragilisées par l'urbanisation croissante des sols y trouvent un habitat parfaitement adapté.

Phytomer a également mis en place un circuit d'eau glycolée, où l'eau est additionnée de glycol, une substance qui l'empêche de geler, pour refroidir en circuit fermé les équipements.

#### PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : DES SYSTEMES AIR/AIR AVEC BRUMISATEUR

Pour sa plus grosse usine, le laboratoire a procédé au remplacement de tours aéro-réfrigérantes, équipements relativement fréquents sur les sites industriels, destinés à refroidir des liquides par du gaz. On refroidit généralement de l'eau avec de l'air ambiant, par des systèmes air/air avec brumisateurs. Cette action a permis de réduire de 10% la consommation de ce site industriel de fabrication de produits dermo-cosmétiques.



## 2. GERER LES DECHETS DE PRODUCTION : PREVENTION, RECYCLAGE ET VALORISATION

Nombre d'entreprises ont adopté des démarches de gestion et de prévention des déchets. Elles permettent non seulement de diminuer les impacts environnementaux liés au traitement des déchets, mais aussi de limiter les coûts. Des actions peuvent être mises en place pour réduire la génération de déchets à la source et en parallèle pour valoriser les déchets résiduels.

### 2.1 PREVENIR LA PRODUCTION DES DECHETS A LA SOURCE

Des mesures peuvent être mises en place en interne pour réduire les chutes d'emballages et les gaspillages.

Une difficulté majeure pour les PME : les fournisseurs d'emballages peuvent imposer aux entreprises de tolérer une marge d'erreur sur les quantités livrées. Appelées "marges de tolérance", elles peuvent atteindre 25% même sur des petits volumes générant des gaspillages.



#### L'ORÉAL : OBJECTIF ZERO DECHET EN DECHARGE

Le Groupe a réduit sa production de déchets dans ses usines et centrales de distribution de 35% entre 2005 et 2016. L'Oréal s'étant imposé une définition de la notion de "déchet" : "tout rejet solide émanant d'un site (usine de production ou centrale de distribution) qui n'est pas un produit fini commercialisable, même s'il est valorisé".

Fin 2016, avec quatre ans d'avance sur l'objectif fixé, 100% des sites industriels de L'Oréal ont atteint l'objectif de "zéro déchet en décharge".

#### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : REDUCTION DES DECHETS

Le laboratoire s'est lancé dans une initiative globale d'optimisation de consommation des ressources et de réduction de ses déchets sur site depuis 2010. En 2015, la production de déchets sur site avait baissé de près d'un cinquième, hors eaux de lavage.

## ❖ GERER LES OBSOLETES

La gestion des stocks de produits obsolètes est spécifique au secteur cosmétique. Il peut s'agir de produits invendus, de produits intacts mais avec des emballages défectueux ou abimés, de renouvellement de gammes. Pour limiter la destruction de produits ni ouverts, ni consommés et dont la date limite d'utilisation n'est pas dépassée, les actions de type dons de produits aux associations ou autres peuvent être utiles.



### L'OREAL : VALORISATION DES OBSOLETES

L'Oréal compte parmi ses engagements l'amélioration continue des processus de fabrication et de conditionnement, pour réduire les pertes en production. Cela comprend notamment un programme de valorisation des stocks d'obsolètes afin d'éviter le plus possible d'avoir à en détruire.

### PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : DONS DE PRODUITS

Pour ses produits obsolètes, Klorane a signé, début 2016, un partenariat avec l'Agence du Don en Nature (ADN), acteur de l'économie circulaire qui distribue des produits neufs, non alimentaires, aux plus démunis via 700 associations partenaires en France. Ainsi, Klorane a distribué, sur 2 ans, 133 000 produits de première nécessité, shampoings ou gels lavants pour bébé. Par ces dons, Klorane souhaite apporter à ceux qui en ont besoin une réponse aux gestes essentiels d'hygiène et contribuer à la préservation de l'estime de soi.



## 2.2 REUTILISER

La réutilisation consiste à utiliser plusieurs fois les mêmes objets/matériaux. Il s'agit en pratique d'une technique moins coûteuse (notamment en énergie) que le recyclage.



### GROUPE ROCHER : DES EMBALLAGES DE TRANSPORT REUTILISABLES

Les cartons servant à l'approvisionnement en produits finis et provenant des sites de production cosmétique sont triés sur le site de distribution français, puis renvoyés aux sites de production pour réutilisation.



## 2.3 VALORISER

Les exemples de valorisation de co-produits et de déchets végétaux à suivre montrent que leur utilisation s'étend à d'autres domaines que l'énergie.



### DSM

Sur son site Alpaflor®, DSM réutilise les plantes après extraction. Elles sont compostées pour être valorisées comme engrais naturels.

### GRUPE **L'OCCITANE** : VALORISATION DANS LES FILIERES DURABLES

**Les résidus de Karité**, appelés tourteaux, sont utilisés comme combustible dans la transformation des noix et du beurre de Karité, permettant de se substituer au bois (pyrolyse). Les technologies développées sont totalement pionnières et permettent de réduire significativement les impacts environnementaux sur toute la filière du Karité en général.

Pour **la filière Argan**, les coques sont utilisées en combustible au niveau du foyer, la pulpe et les tourteaux solides comme alimentation du bétail, les feuilles peuvent être utilisées pour des extraits cosmétiques.

Pour **la filière immortelle**, un atelier de compost des drèches d'immortelle a été mis en place pour la fertilisation des parcelles.

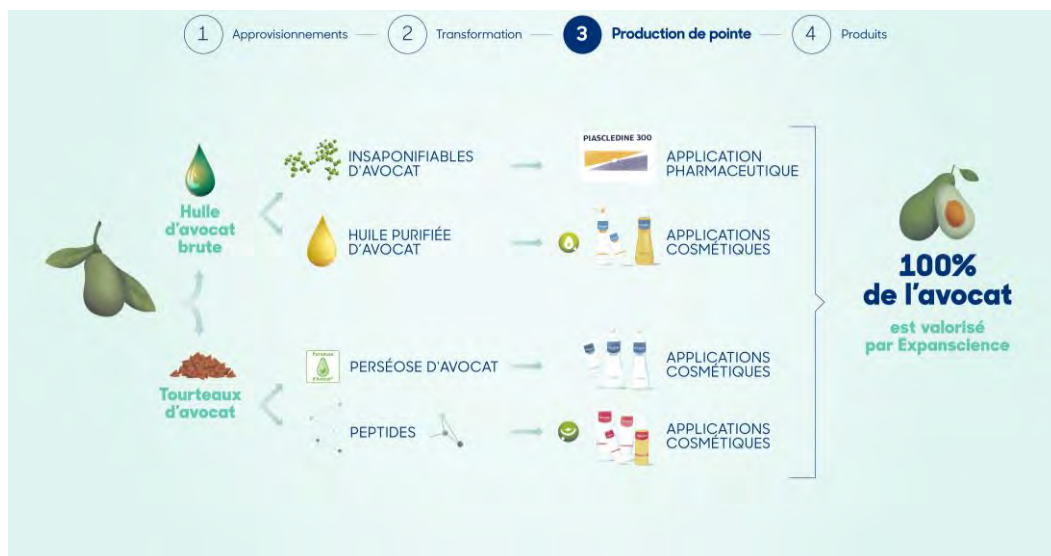
Pour **la filière rose musquée**, les graines utilisées pour produire l'huile de rose musquée sont des co-produits de l'industrie de la tisane au Chili.



## LABORATOIRES EXPANSCIENCE : VALORISATION DES CO-PRODUITS

Expanscience étudie les possibilités de valoriser les co-produits des végétaux. C'est le cas des approvisionnements en maracuja qui permettent de donner une seconde vie aux déchets végétaux : l'huile vierge de maracuja est extraite à partir des graines de maracuja écartées de la filière alimentaire. Ce processus de co-valorisation de l'industrie agroalimentaire évite ainsi le prélèvement d'autres sources végétales tout en limitant la production de déchets à l'issue de la production.

L'exemple de l'avocat utilisé à 100% :



L'avocat est valorisé à 100% et sept substances différentes sont produites. Ainsi, le fruit qui entre à la fois dans la composition de produits pharmaceutiques et de produits dermo-cosmétiques est utilisé dans son intégralité. Mustela est formulé notamment à partir des tourteaux d'avocats contenant le perséose d'avocat actif naturel protecteur de la peau du bébé.

Cette co-valorisation du végétal limite l'épuisement des ressources.

## PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : VALORISATION DES CO-PRODUITS

La valorisation des co-produits agricoles se fait de trois façons :

- utilisation d'un co-produit pour extraire les actifs végétaux comme le marc de pomme pour Elancyl, les résidus de coupe de magnolia et l'eau de pressage de l'huile d'olive pour Klorane,
- utilisation d'une partie du végétal pour son propre besoin et valorisation des autres parties dans une autre activité comme la valorisation de la paille de lin en isolant pour les maisons pour Klorane, l'utilisation des résidus de Karité comme combustible et compost et l'utilisation des feuilles de moringa dans l'alimentation pour René Furterer,
- production d'eau chaude sanitaire par une chaudière biomasse alimentée en marcs de plantes d'Avoine Réhalba pour A-Derma.

## ❖ BIOMASSE ET CO-GENERATION

Parmi les énergies renouvelables mises en œuvre industriellement, il y a la biomasse. Elle est générée sur place ou à proximité par la transformation de déchets alimentaires et d'agriculteurs locaux.

La génération d'énergie par méthanisation rentre dans ce cadre. La méthanisation produit une matière humide, riche en matière organique, le digestat, qui peut être utilisé comme engrais naturel ainsi que du biogaz.

Le biogaz peut être converti en chaleur ou en électricité dans des centrales à gaz. On peut aussi l'injecter dans le réseau de gaz naturel après épuration. C'est un exemple efficace de co-génération : production simultanée d'énergie et de chaleur, à partir du même processus.

La chaleur peut être transférée via une pompe à chaleur qui permet à la fois de réchauffer et d'abaisser les températures.

Toutes ces techniques nécessitent généralement des investissements élevés.



### L'OREAL : DES SYSTEMES DE CENTRALES

Le Groupe dispose de systèmes de centrale biomasse et co-génération en Belgique, tri-génération en Espagne, réseaux de chaleur en Allemagne et en Italie, énergie photovoltaïque en Chine, aux États-Unis et en Espagne.

Quinze sites industriels sont déjà parvenus à la neutralité carbone.

### PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE : UNE CHAUDIERE AUX PLANTES MEDICINALES

L'eau chaude sanitaire de la plus grosse usine du Groupe est produite par une chaudière biomasse alimentée par des plaquettes forestières et résidus de bois de scierie et des marcs de plantes qui sont les résidus obtenus après extraction de trois actifs (un en urologie, un en oncologie et un en dermatologie) produits sur une autre usine du Groupe.

Les cendres de cette chaudière sont ensuite utilisées dans du compost agricole. Cela permet de valoriser 800 tonnes de marcs de plantes, de substituer deux-tiers de la consommation de gaz et d'éviter 1600 tonnes de CO<sub>2</sub> par an.

Ainsi pour l'avoine Réhalba de la marque A-DERMA, qui est l'une des trois plantes utilisées, la culture, l'extraction des actifs et la fabrication des produits finis se font dans un rayon de moins de 50 km.

## 2.4 RECYCLER

Les pratiques de recyclage sont déjà bien implémentées dans les sites du secteur. Certaines entreprises vont même jusqu'à développer des filières de valorisation des déchets en interne.



### GRUPE **L'OCCITANE** : DES FILIERES DE TRI

Pour piloter au mieux la gestion des déchets dans le cadre de sa production, les sites industriels suivent mensuellement les quantités de déchets par type de traitement. En 2017, deux filières de tri supplémentaires ont été trouvées : l'une pour les cerclages et l'autre pour les laizes d'étiquettes. Au total sur l'exercice, près de 70% des déchets produits sur les sites industriels ont été recyclés. L'objectif est d'augmenter ce taux. De plus, la part de déchets enfouis est désormais de zéro.





## CEDRE : PLATEFORME DE DECONDITIONNEMENT ET DE RECYCLAGE

La plateforme CEDRE (Centre Environnemental de Déconditionnement, Recyclage Ecologique) a été créée en 2009, avec l'appui de LVMH, pour assurer la destruction sécurisée de la valeur marchande des invendus commerciaux. Tous les matériaux ainsi que les PLV usagées sont valorisés. Le taux de valorisation matière est en moyenne de 90 à 96% selon la nature des produits, le reste en valorisation énergie (co-incinération, méthanisation...).

Ouverte à toute entreprise, CEDRE est la première plateforme en France en termes de volume de valorisation matière dans le secteur du luxe et de la cosmétique.

En 2016, CEDRE a traité et recyclé 2 023 tonnes de déchets très divers pour LVMH. Les Maisons du Groupe d'activités Parfums & Cosmétiques, ainsi que Sephora et Louis-Vuitton, y ont envoyé des articles de conditionnement, des produits alcooliques obsolètes, du matériel publicitaire, des testeurs utilisés en magasins ou encore des emballages vides rapportés par les clients.



© Paolo Verzone / Agence VU



# PROMOUVOIR

## UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

Dans une démarche d'économie circulaire complète, la sensibilisation des consommateurs aux éco-gestes et aux pratiques de consommation durables est indispensable. D'une part parce que les analyses de cycle de vie montrent que pour les produits "rincés" une grande partie de l'impact environnemental concerne la phase de consommation. D'autre part d'après CITEO, si **87% des Français trient leurs emballages, seuls 44% le font de manière systématique**. C'est indéniable, les emballages de produits cosmétiques et d'hygiène ne sont pas parmi les mieux triés. Consignes de tri mal identifiées, salles de bain souvent exiguës... On ne pense pas toujours à trier dans sa salle de bain.

## 1. ACCOMPAGNER LES CONSOMMATEURS

Les marques cosmétiques souhaitent donner l'envie aux consommateurs de faire des choix de consommation responsable. Elles mettent en place différentes approches de sensibilisation et généralisent les offres responsables afin que le plus grand nombre accède à des produits et à des modes de consommation durables : **mieux acheter, mieux consommer, mieux jeter**. Aujourd'hui, **le comportement des consommateurs correspond à un engagement global** : intégrer le fait que les ressources sont limitées, agir sur la génération des déchets, tout en améliorant sa qualité de vie et son bien-être. En la rendant attractive et simple d'accès, la consommation durable participe à la valorisation de soi.

### 1.1 INCITER AUX BONS GESTES DU TRI

Plusieurs marques ont mené des actions de sensibilisation du tri dans la salle de bain.

La FEBEA elle aussi a mené campagne.

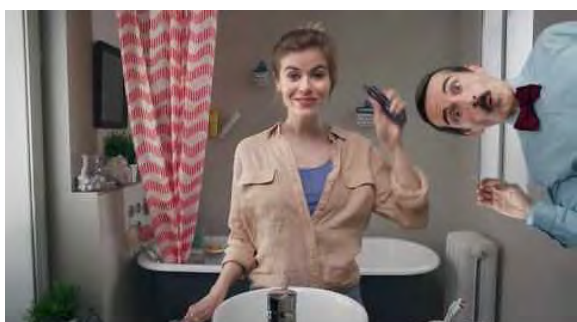
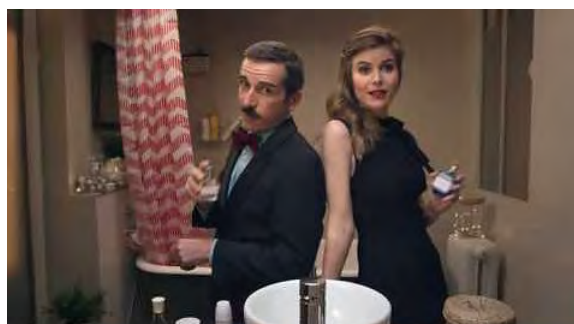
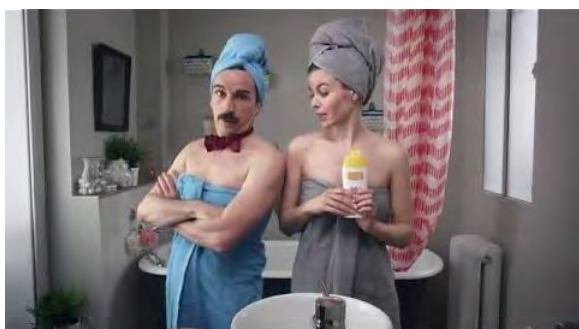
En 2016, elle a collaboré avec Eco-Emballages<sup>8</sup> pour lancer la campagne **Keskistri dans la salle de bain**.

Cinq vidéos inspirées des tutoriels beauté qui mettent en scène une jeune femme dans sa salle de bain accompagnée de M. Papillon, pour apporter des réponses précises sur le tri des flacons de shampoing et gels douche, des aérosols, des emballages en carton et des flacons de parfum.

---

<sup>8</sup> Devenue CITEO en septembre 2017, après sa fusion avec Ecofolio

Les 5 vidéos à découvrir ici :



Les vidéos ont été vues plus de 4 millions de fois générant plus de 166 000 visites sur le site [www.consignesdetri.fr](http://www.consignesdetri.fr). La campagne a été très largement relayée par la presse, les réseaux sociaux, les collectivités et les sites de marques.

En novembre 2017, la FEBEA et CITEO ont réitéré l'opération avec une nouvelle campagne digitale **Kistri**, dont l'objectif est de rappeler que la grande majorité des emballages de produits cosmétiques se trient et se recyclent : à l'instar de la routine beauté, le tri doit aussi devenir un réflexe du quotidien !



Pour aider le consommateur à bien trier ses emballages, on peut faire le choix d'apposer l'**Info-Tri** de CITEO sur les emballages.



## GROUPE CLARINS : LE PRECURSEUR DE LA SENSIBILISATION

Dès 1999, Clarins a supprimé les sacs en plastique en points de vente. En parallèle, le Groupe organise régulièrement des actions de recyclage dans ses boutiques en France.

## L'OREAL : LES ECO-GESTES

Le Groupe met en œuvre plusieurs approches :

- agréger les informations sur l'impact environnemental et social des produits,
- évaluer l'empreinte de chaque marque,
- sensibiliser les consommateurs et rendre le développement durable attractif.

Par exemple, *R.A.W. de Biolage* a organisé une opération de distribution de 110 000 marque-pages rappelant les éco-gestes à faire dans sa salle de bain.

Le Groupe a aussi conçu des *it bags* en coopération avec Eco-Emballages sur le même thème. D'autre part, le Groupe sensibilise ses consommateurs via ses emballages aux indications claires.



**USHUAIA**  
Info Tri point vert sur l'emballage, ainsi qu'une phrase indiquant que ce flacon est recyclable et à mettre dans le bac de tri



**L'OREAL PROFESSIONNEL**  
- MYTHIC OIL  
Consignes de tri multilingues:



**USHUAIA**  
Info Tri point vert sur l'emballage, ainsi qu'une phrase indiquant que ce bidon aérosol est recyclable et à mettre dans le bac de tri

## LABORATOIRES EXPANSCIENCE : DES INCITATIONS A UN COMPORTEMENT RESPONSABLE

Les Laboratoires Expanscience travaillent en partenariat avec CITEO pour une meilleure sensibilisation du grand public en publiant des conseils de tri dans la salle de bain. La charte des Engagements 2016 de *Mustela* incite ainsi les consommateurs à des comportements responsables. A ce titre, Expanscience a signé le Pacte Point vert d'Eco-Emballages en 2012, réalisé une brochure (plusieurs fois rééditée) sur le tri dans la salle de bain et diffusé des conseils de tri sur le site internet des marques *Mustela*.



# Guide du tri dans la salle de bain

**Vous triez vos emballages de la cuisine,  
mais pensez-vous à faire de même pour ceux de la salle de bain ?**



**EMBALLAGES  
EN VERRE**

Bouteilles  
Pots  
Flacons en  
verre

↓  
**RECYCLAGE**



**AUTRES  
EMBALLAGES**

Emballages  
métal  
Bouteilles  
et flacons  
plastique  
Cartons

↓  
**RECYCLAGE**



**DÉCHETS**

**MÉDICAMENTS**



↓



Les médicaments non utilisés sont  
à ramener chez le pharmacien.  
Pensez à trier leurs emballages  
selon les consignes.

Document réalisé en partenariat avec :



Retrouvez toutes les consignes  
de tri de votre commune sur :  
[www.consignesdetri.fr](http://www.consignesdetri.fr)

\* Sauf si vous appartenez aux 51 collectivités qui testent le recyclage de tous les emballages en plastique.

## 1.2 SENSIBILISER A L'USAGE DE L'EAU

Les travaux<sup>9</sup> réalisés pour déterminer les impacts potentiels des shampoings et de leurs emballages sur l'environnement ont permis de tirer un enseignement majeur : la phase de consommation (un lavage de cheveux, une douche) occasionne près des deux tiers de l'impact environnemental global, avec des effets sur l'épuisement des ressources hydriques, minérales et fossiles, l'écotoxicité des eaux douces et les émissions de gaz à effet de serre.

Parmi les éco-gestes, maîtriser sa consommation d'eau et éviter son gaspillage font partie des axes de sensibilisation les plus importants.



### HENKEL : CONSIGNES DE TRI

Henkel affiche les consignes de tri sur les emballages depuis mi-2012 et plus systématiquement depuis 2013, notamment sur les documents promotionnels. La grande majorité des sites web du Groupe (*Vademecum, Denivit, Teraxyl, Gliss, Saint Algue Syoss, Essence Utime, Smooth'n Shine, Schwarzkopf Men, Scorpio, Diadermine, Perfect Mousse, Nectra, Kératine Color*) affiche clairement les consignes de tri et le logo Triman.

Dans le cadre de la Semaine du Développement Durable, Henkel a également organisé une exposition sur les comportements écoresponsables dans la salle de bain. Un guide pour préserver l'eau au quotidien a aussi été élaboré et a été distribué à 50 000 exemplaires en 2015.

### L'OREAL : LE SITE DE GARNIER PLEIN D'ECO-CONSEILS

La marque diffuse des conseils et éco-gestes simples à adopter pour économiser l'eau. Pendant la routine beauté : pas d'eau pendant le shampoing, bannir les bains, prendre des douches froides et faire pipi sous la douche ! Si le futur de la planète est en jeu, cela vaut la peine de briser les plus grands tabous. Les conseils ne s'arrêtent pas là : colmater les fuites, fixer un embout économiseur d'eau sur le robinet (jusqu'à 50% d'eau consommée en moins, etc).

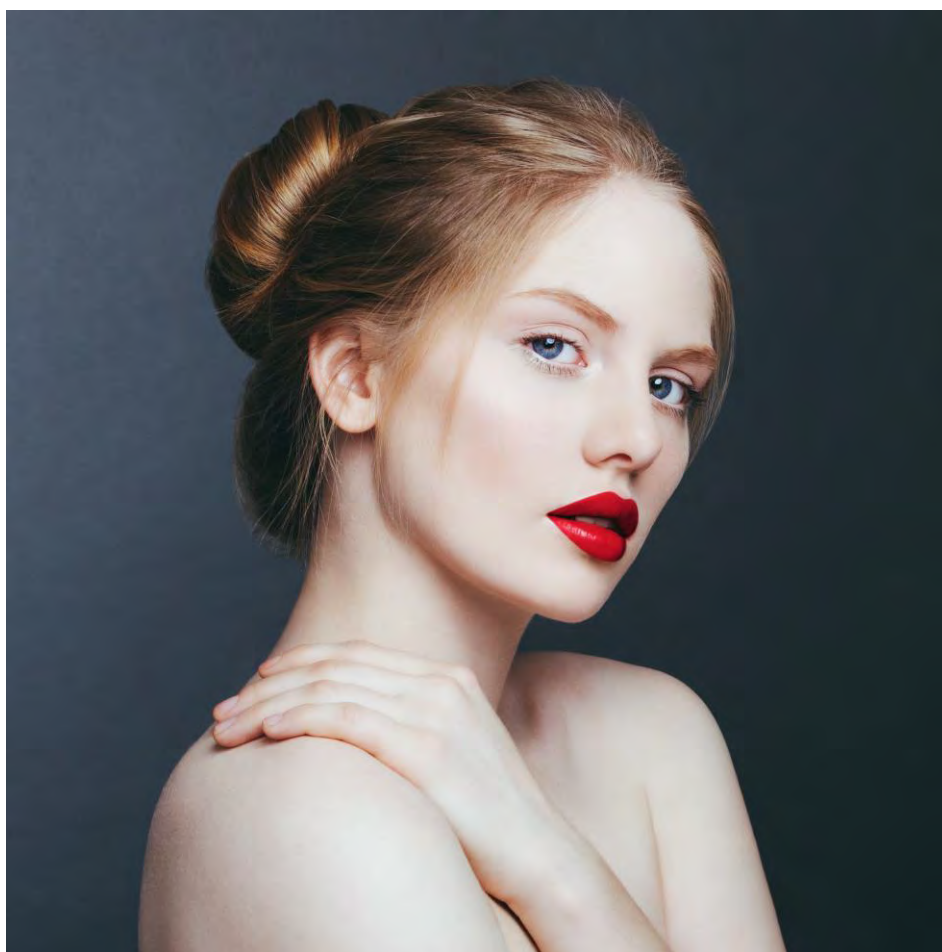
### 1.3 RECOMMANDER LA JUSTE DOSE

Informer le consommateur sur la dose recommandée du produit à utiliser et proposer un emballage (flacon pompe) qui délivre la juste dose permet d'éviter le gaspillage.



#### GRUPE ROCHER : UN FLACON POUR LA JUSTE DOSE

Le nouveau gel douche concentré propose une capsule valve innovante : une pression délivre exactement la dose recommandée, soit une noisette pour une douche complète du corps. D'une contenance de 100 ml, il permet quarante utilisations, soit l'équivalent d'un gel douche classique de 400 ml.





## 2. INCITER A FERMER LA BOUCLE

### 2.1 RECOMPENSER LES RETOURS EN MAGASINS

Certaines marques invitent leurs clients à rapporter en magasin les emballages de produits cosmétiques vides. Cette démarche peut être l'occasion de bénéficier d'un soin, d'une mise en beauté ou bien d'un conseil. Cela permet aux entreprises de traiter la fin de vie de certains emballages spécifiques. C'est aussi un bon moyen de communiquer efficacement sur son engagement dans le développement durable et surtout de valoriser la démarche du consommateur.

Les incitations peuvent aussi prendre la forme de récompense en leur faisant gagner des points de fidélité ou des cadeaux.



#### GRUPE L'OCCITANE : COLLECTE ET RECYCLAGE D'EMBALLAGES

La marque L'Occitane en Provence a mis en place avec TerraCycle un système de collecte et de recyclage d'emballages (type Doypack®) dans ses boutiques en propre françaises depuis 2014. Rapporter 3 emballages vides en boutique donne droit à une réduction sur les achats du jour. Le programme a été étendu en 2016 aux boutiques australiennes. Depuis le lancement, près de 52 600 unités ont été collectées et recyclées



#### L'OREAL : RETOUR DES EMBALLAGES

Les clients de Kiehl's sont invités à retourner leurs emballages vides en magasin. Ils sont ensuite envoyés à l'association Bouchons d'Amour qui les recycle. Cette association acquiert du matériel pour personnes en situation de handicap (notamment des fauteuils roulants) et œuvre dans des opérations humanitaires ponctuelles, en France et à l'étranger. Chaque flacon plastique rapporté est récompensé de 5 points de fidélité.

De même, au Japon, au Brésil, en Amérique du Nord ou en Australie, en France, diverses marques du Groupe (*Garnier, Biolage, Clarisonic, Kiehl's, Maybelline, L'Oréal Paris...*) ont conclu un partenariat avec TerraCycle. Les consommateurs sont invités à expédier gratuitement les emballages de leurs produits. Ils sont ensuite réutilisés dans la fabrication de divers objets d'usage courant.

## LVMH : INITIATIVE "RECYCLEZ-ECONOMISEZ"

Avec l'initiative "Recyclez-Economisez" mise en place chez Sephora depuis l'automne 2014, l'entreprise sensibilise ses clients au recyclage des flacons de parfums. Le client bénéficie d'une remise de 20% sur l'achat d'une nouvelle fragrance. Depuis le lancement, 600 000 flacons de parfums ont été recyclés. L'enseigne remarque d'ailleurs que certains de ses clients apportent leurs flacons vides sans profiter de la réduction. L'opération de Sephora est un moyen de faire prendre conscience aux consommateurs qu'ils peuvent aussi trier les emballages de leurs produits de beauté. Les flacons rapportés par Sephora sont ensuite recyclés par la filière que l'enseigne a mise en place il y a quelques années pour recycler les flacons de ses testeurs.



# FOCUS

## Démarche globale



### LABORATOIRES EXPANSCIENCE : UN OUTIL INTERNE D'ECO-CONCEPTION

Le laboratoire a conçu un outil interne spécifique nommé **EENOE**, pour "Éco-concevons Ensemble Notre Offre Expanscience", qui permet d'évaluer l'amélioration de ces performances environnementales.

L'exemple pour la gamme éco-conçue Mustela Bébé, peau normale :



# ET DEMAIN : LE BATTEMENT D'AILE DU PAPILLON

Les démarches d'économie circulaire doivent s'intégrer dans la stratégie globale de l'entreprise. C'est une somme de petites actions mais qui doivent être appréhendées dans leur globalité et qui vont toutes dans la même direction : préserver les ressources de la Planète.

Au-delà des bénéfices économiques et environnementaux pour les entreprises, l'économie circulaire promeut un nouveau mode de management des organisations : casser les silos et favoriser la collaboration entre les métiers, inverser la pyramide hiérarchique traditionnelle pour capter et nourrir les bonnes idées qui viennent de partout.

L'économie circulaire est aussi un domaine où les enjeux de la concurrence se déplacent. Il devient nécessaire d'élargir la boucle et de collaborer avec ses concurrents dans certains domaines pour promouvoir de nouvelles filières d'ingrédients ou de recyclage des matériaux. L'efficacité économique et le nécessaire poids d'influence dans les filières nécessitent de mutualiser les flux.

De nombreux projets de collaboration entre des marques concurrentes commencent à voir le jour.

Enfin le sujet n'est jamais clos. Les progrès se font par étape et en continu, au sein de l'entreprise et progressivement à l'extérieur : en amont avec les fournisseurs, en aval avec les points de vente, les consommateurs et les parties prenantes en général.

Si chacune des entreprises engagées peut mesurer les économies générées par telle ou telle action individuelle, nous comprenons que les changements dans les organisations sont majeurs.

La question de la rapidité de la mise en œuvre collective demeure pour assurer un modèle durable à moyen et long terme.

La FEBEA s'engage pour l'ensemble de la filière à favoriser les projets de collaboration inter-marques et à diffuser les outils et les bonnes pratiques à l'ensemble des entreprises du secteur.

Le temps presse.

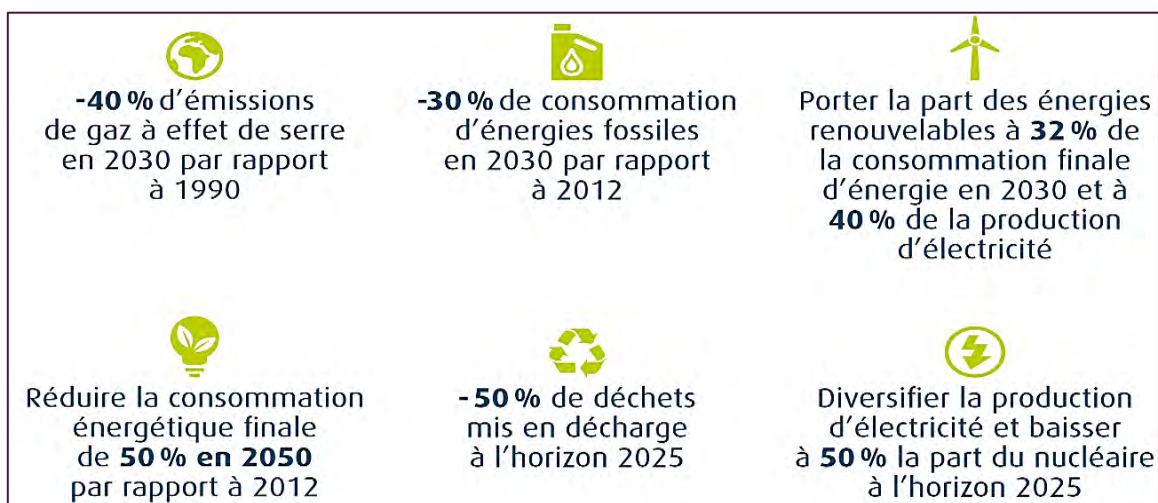
Hâtons-nous avec clairvoyance, méthode et détermination.

# ANNEXE

## 1. CONTEXTE REGLEMENTAIRE

### 1.1 FRANCE : LOI DE TRANSITION ENERGETIQUE POUR LA CROISSANCE VERTE

La Loi de Transition Energétique pour la Croissance Verte (TECV) du 17 août 2015 et ses différents plans d'action visent à engager tous les acteurs économiques : citoyens, entreprises, territoires, pouvoirs publics pour renforcer l'indépendance énergétique du pays, réduire ses émissions de GES. Pour ce faire, plusieurs objectifs y sont établis :



L'une de ces mesures phares concerne la lutte contre les gaspillages et **la promotion de l'économie circulaire**, en particulier en visant le découplage progressif entre la croissance économique et la consommation de matières premières, en développant le tri à la source (notamment des déchets alimentaires et des déchets des entreprises<sup>10</sup>) et les filières de recyclage et de valorisation (par exemple dans le secteur du bâtiment).

<sup>10</sup> Décret Tri 5 flux : <http://www.ademe.fr/obligation-tri-5-flux>

La loi prévoit la généralisation à l'ensemble du territoire de l'extension des consignes de tri à la totalité des emballages en plastique d'ici 2022.

Une **feuille de route sur l'économie circulaire**, co-construite avec les parties prenantes, sera publiée par le Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire au printemps 2018.

Cette feuille de route s'inscrit dans le Plan Climat, annoncé par Nicolas Hulot en juillet 2017. Son ambition est de viser une économie 100 % circulaire tenant en deux objectifs clairs à atteindre d'ici 2025 :

- diminuer de moitié la mise en décharge,
- recycler 100 % du plastique.

Pour en savoir plus :

**Economie circulaire - Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire :**

<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/leconomie-circulaire>

## 1.2 L'EUROPE SUR LA VOIE DE L'ECONOMIE CIRCULAIRE

Le nouveau **Paquet sur l'économie circulaire** de la Commission européenne encouragera les entreprises et les consommateurs à adopter un modèle économique plus circulaire, qui prévoit une utilisation plus intelligente des ressources. Il a pour but d'établir une croissance durable et de créer de nouveaux emplois en visant plusieurs secteurs économiques.

Ce paquet comprend des mesures ambitieuses qui couvrent le cycle de vie complet des produits, de leurs phases de conception et de production, en passant par leur consommation, pour aboutir à une meilleure gestion des déchets lorsqu'ils atteignent la fin de leur durée de vie utile.

Il prévoit la révision des Directives relatives

- aux emballages et déchets d'emballages (Directive 94/62/CE),
- aux déchets (Directive 2008/98/CE),
- à l'éco-conception (Directive 2009/125/CE),

La **Stratégie européenne sur les matières plastiques dans une économie circulaire**, publiée par la Commission européenne le 16 janvier 2018, prévoit que :

- tous les emballages en plastique sur le marché de l'UE seront recyclables d'ici à 2030,
- la consommation de plastiques à usage unique sera réduite et l'utilisation intentionnelle de microplastiques sera limitée.

Pour en savoir plus :

**Site de la Commission européenne :**

[https://ec.europa.eu/environment/efe/themes/resource-efficiency/taking-europe-closer-circular-economy\\_fr](https://ec.europa.eu/environment/efe/themes/resource-efficiency/taking-europe-closer-circular-economy_fr)

**Paquet économie circulaire :**

<http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/>

**Stratégie Plastique - feuille de route :**

[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-5\\_fr.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-5_fr.htm)

## 2. BOITE A OUTILS

### **ADEME – Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie**

[www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)

#### **Entreprises : réduire ses impacts**

<http://www.ademe.fr/entreprises-monde-agricole/reduire-impacts>

#### **TPE/PME gagnantes sur tous les coûts**

<https://www.gagnantessurtouslescouts.fr/>

### **CITEO**

[www.citeo.fr](http://www.citeo.fr)

**Le guide du tri** : <https://www.consignesdetri.fr/>

**Recyclabilité des emballages en plastique - Eco-concevoir pour mieux recycler** - guide de CITEO, la COTREP, ELIPSO et VALORPALST :

[www.ecoemballages.fr/sites/default/files/cotrep\\_guide\\_recyclabilite\\_2017\\_web.pdf](http://www.ecoemballages.fr/sites/default/files/cotrep_guide_recyclabilite_2017_web.pdf)

### **CNE - Conseil National de l'Emballage**

<http://www.conseil-emballage.org/>

### **Fondation Ellen Mac Arthur**

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fr/economie-circulaire/concept>

### **IEC - Institut de l'Economie circulaire**

<https://institut-economie-circulaire.fr/>

### **OREE**

<http://www.oree.org/>

ELIPSE, plateforme digitale d'écologie industrielle et territoriale d'Orée

<http://www.referentiel-elipse-eit.org/>

# REMERCIEMENTS

La FEBEA remercie vivement les membres du Groupe de travail "Economie circulaire" pour leur participation à la réalisation de ce Livre blanc. Elle remercie également ses adhérents qui ont apporté leur contribution en répondant au questionnaire et en témoignant de leurs expériences.

Enfin, la FEBEA tient à remercier Niels Chognot, apprenti à la FEBEA, pour sa précieuse collaboration.

Crédits photos : Getty Images, Groupe Clarins, Groupe L'Occitane, Groupe Rocher, L'Oréal, Laboratoires Expanscience, LVMH, Paolo Verzone / Agence VU, Pierre Fabre, Pixabay.

Ce document est publié par la FEBEA.

La FEBEA, Fédération des entreprises de la beauté, est l'unique syndicat professionnel représentant les fabricants de produits cosmétiques opérant en France. Elle représente plus de 300 adhérents, dont 82% sont des TPE/PME. Ses adhérents représentent la quasi-totalité du chiffre d'affaires du secteur.







137, rue de l'Université

75007 Paris

Tél : +33 (0)1 56 69 67 89

Fax : +33 (0)1 56 69 67 90

[www.febea.fr](http://www.febea.fr)