



Association Professionnelle
de Cosmétique Ecologique et Biologique

Dossier de presse

COSMEBIO : MOTEUR DU MARCHÉ FRANÇAIS DE LA COSMÉTIQUE BIO EN PLEINE CROISSANCE *UN ENGAGEMENT RENFORCE POUR PROLONGER LA DYNAMIQUE*

Le marché de la cosmétique bio et naturelle est en plein essor dans le monde, où il a atteint un chiffre d'affaires de 11 milliards d'euros en 2018. En Europe, il a enregistré une croissance moyenne d'environ 7 % par an sur les 5 dernières années pour atteindre 3,82 milliards d'euros en 2018 (+7,2 % vs 2017). Le phénomène n'est pas près de s'arrêter : d'après les estimations, le chiffre d'affaires européen devrait dépasser les 5 milliards d'ici 2023.¹

La France, 3^e marché mondial de la cosmétique bio et naturelle derrière les États-Unis et l'Allemagne, figure au cœur de cette envolée. En 2018, le marché français a enregistré un chiffre d'affaires record de 757 millions d'euros, soit un bond de +18,7 % par rapport à 2017.¹ Véritable moteur du secteur, le pionnier Cosmébio représente, en valeur, plus de la moitié des produits cosmétiques bio et naturels vendus en France. Les 420 entreprises membres de cette association ont en effet

réalisé un chiffre d'affaires de près de 430 millions d'euros (sortie usine) en 2018. Avec près de 600 marques et 12 000 produits sous labels COSMOS, Cosmébio représente 46 % du marché français en volume et affiche une croissance continue, avec le passage sous labels de plus de 2 000 nouveaux produits en 2018.

Créée en 2002, la Charte Cosmébio est une référence historique du secteur. Son logo est aujourd'hui reconnu par 4 Français sur 10 et ce chiffre bondit à 68 % pour les acheteurs de cosmétiques bio.² Sur les emballages, il figure au côté du logo COSMOS, référentiel européen, obligatoire depuis 2017, afin d'harmoniser les principaux référentiels cohabitants sur le marché européen. Ces repères permettent aux consommateurs d'identifier facilement les véritables cosmétiques bio et naturels. Leur présence garantit l'origine naturelle d'au moins 95 % de leurs ingrédients pour COSMOS NATURAL et assure qu'au moins 95 % des ingrédients pouvant être bio le sont réellement pour COSMOS ORGANIC.

Moteur de la cosmétique bio et naturelle en France, Cosmébio reste fidèle à ses valeurs fondatrices pour accompagner le développement du marché, en s'attachant à soutenir les initiatives responsables et à défendre la liberté d'information des consommateurs. Elle soutient les projets éthiques en récompensant pour la première fois des startups



¹ Source : Ecovia Intelligence 2019

² Source : Cosmébio / OpinionWay 2019



responsables, à travers son concours « Défi Cosm'éthique Bio ». Elle revendique également la liberté d'utiliser les allégations « sans », afin d'aider les consommateurs à choisir leurs cosmétiques de façon éclairée. En effet, les consommateurs n'ont aujourd'hui plus envie de certains ingrédients et les mentions « sans » leur permettent d'identifier immédiatement les produits les plus adaptés à leurs attentes.

1^{er} Défi Cosm'éthique Bio : soutien aux startups responsables

Le 1^{er} Défi Cosm'éthique Bio est organisé par Cosmébio en partenariat avec Biocoop, 1^{er} réseau de distribution bio français, et Blue Bees, plateforme de financement participatif engagée pour une agriculture durable. Ce concours est dédié aux entreprises de moins de 5 ans proposant des cosmétiques bio ou en cours de certification et engagées dans des projets durables. Pour cette première édition, une douzaine de candidatures ont été examinées. Les trois entreprises lauréates vont bénéficier d'un accompagnement sur-mesure et d'une campagne de levée de fonds participative. Le 1^{er} Prix, « Le Rouge Français » bénéficiera également du référencement de sa marque dans une sélection de 250 magasins Biocoop durant une période test de 6 mois.

Trois startups ont été désignées pour cette première édition du Défi :

- **1^{er} Prix** : Maison « Le Rouge Français », spécialiste du rouge à lèvres, pour la transparence de ses produits et l'usage innovant de pigments végétaux, en particulier en remplacement du rouge carmin.
- **2^e Prix** : Biosme / Daydry, spécialiste des produits d'hygiène, pour le lancement de sa gamme de déodorants éco-rechargeables conditionnés dans des roll-on réalisés à partir de plastique issu des océans.
- **3^e Prix** : Biovive, spécialiste en soins pour le visage et le corps, pour son utilisation de la gemmothérapie, avec ses formules entièrement phyto-actives, conçues à partir des bourgeons d'arbres fruitiers.

Cosmébio : moteur des labels de cosmétiques bio

Connu par près de 7 acheteurs de cosmétiques bio sur 10 (68 %) et 4 Français sur 10, le logo Cosmébio est le plus connu des labels figurant sur les cosmétiques bio et naturels. Pour les Français, sa présence constitue une assurance. 77 % d'entre eux estiment en effet que le produit sur lequel il est apposé est bon pour l'environnement et 75 % bon pour la santé. Pour 73 % des Français, le logo est également un gage de confiance pour le produit et ils ont raison !

La présence du logo Cosmébio et du logo COSMOS sur un emballage résulte d'engagements particulièrement exigeants, tant en matière de composition que d'éthique. Ainsi, Cosmébio et COSMOS respectent des règles strictes et contrôlées par des organismes certificateurs indépendants.

Les produits privilégient les ingrédients d'origine naturelle (COSMOS NATURAL) et bio (COSMOS ORGANIC) :

- ils excluent certaines substances controversées (phtalates, parabènes, parfums de synthèse ...),





- ils sont fabriqués selon des procédés non polluants et leurs emballages sont recyclables,
- ils misent sur la transparence en mentionnant toutes les informations aidant le consommateur à faire un choix éclairé,
- ils sont fabriqués dans le respect du vivant, qu'il s'agisse des animaux, des collaborateurs ou des partenaires de la marque.

Cosmébio : une large gamme de produits de qualité

Cosmébio réunit aujourd'hui plus de 400 entreprises représentant près de 4 000 emplois, 600 marques et 12 000 produits pour près de 430 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, dont environ 19 % réalisés à l'international. Si leurs activités couvrent une large diversité de produits, on les retrouve essentiellement au rayon des soins pour le visage (38 %). Les produits de soin pour le corps (17 %) et l'hygiène (16 %) sont également largement représentés, suivis des produits de massage / détente (12 %). Ces cosmétiques de haute qualité sont essentiellement diffusés dans les magasins spécialisés où 69 % des produits porteurs des logos Cosmébio / COSMOS sont distribués, ainsi que dans les réseaux de circuits de vente à distance (58 %). Beaucoup d'entre eux sont également présents en pharmacie et parapharmacie (44 %) et dans les instituts de beauté, spas, salons de coiffure, hôtellerie... (41,5 %). Dans une moindre mesure, les consommateurs peuvent également les acheter en grande distribution (13,5 %), parfumerie (12 %) ou vente à domicile (5 %).



À propos de Cosmébio

Présidée par Romain Ruth, Cosmébio est l'association française de la cosmétique bio. Elle a vu le jour en 2002 et réunit aujourd'hui plus de 400 sociétés. Toutes s'engagent à respecter les principes fondateurs de la Charte Cosmébio. Les garanties du label Cosmébio concernent chaque étape du cycle de vie d'un cosmétique : origine des matières premières, pour encourager un approvisionnement éthique et durable ; procédé de transformation doux et non polluant ; fabrication du produit fini (composition propre, emballage, stockage) ; étiquetage transparent et communication responsable. Un contrôle par un certificateur indépendant est obligatoire chaque année pour vérifier la conformité des produits avec tous les critères du label. Environ 12 000 produits et 600 marques sont actuellement concernés par ce label.

ADOCOM®-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM





SOMMAIRE

[INFOGRAPHIE]

**COSMEBIO : LA COSMETIQUE NATURELLE ET BIO
EN CHIFFRES CLES**

p.5

[MARCHE]

**COSMETIQUES NATURELS ET BIO :
UN PHENOMENE MONDIAL**

p.6

[ENQUETE]

**COSMEBIO : LE PLUS CONNU DES LABELS
DE COSMETIQUES BIO**

p.10

[REPÈRE]

**COSMEBIO : LA RÉFÉRENCE POUR REPÉRER
LES COSMETIQUES BIO ET NATURELS**

p.12

[ÉTHIQUE]

**COSMEBIO : SOCLE HISTORIQUE DES VALEURS
COMMUNES DE LA COSMETIQUE NATURELLE ET BIO**

p.17

[DEVELOPPEMENT]

**1^{ER} DEFIS COSM'ETIQUE BIO :
SOUTIEN AUX PROJETS RESPONSABLES
DES JEUNES POUSSÉS DE LA COSMETIQUE BIO**

p.20

[INFORMATION]

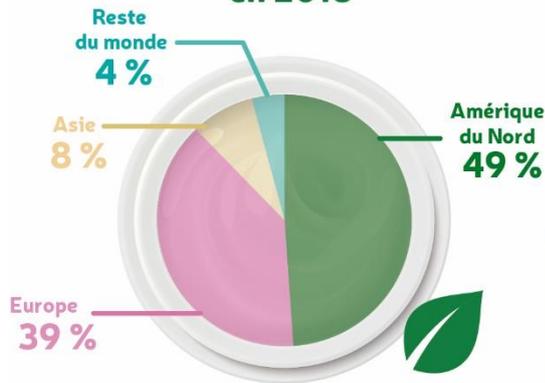
**COSMEBIO REVENDIQUE LA LIBERTE D'USAGE
DES ALLEGATIONS « SANS » SUR LES COSMETIQUES**

p.25



LA COSMÉTIQUE NATURELLE ET BIO EN CHIFFRES CLÉS

Produits cosmétiques naturels : répartition du CA dans le monde en 2018



Source : Ecovia Intelligence - 2019

La France : 3^e marché mondial des cosmétiques bio et naturels



Source : Ecovia Intelligence - 2019

Le marché des cosmétiques bio et naturels en France en 2018



Source : Ecovia Intelligence - 2019

Les membres COSMEBIO en chiffres



Source : COSMEBIO - 2019

43 % des Français ont déjà vu l'un des 2 logos



Source : Sondage OpinionWay pour COSMEBIO - Janvier 2019

COSMEBIO, un gage pour :



Source : Sondage OpinionWay pour COSMEBIO - Janvier 2019



[MARCHE]

COSMETIQUES NATURELS ET BIO : UN PHENOMENE MONDIAL

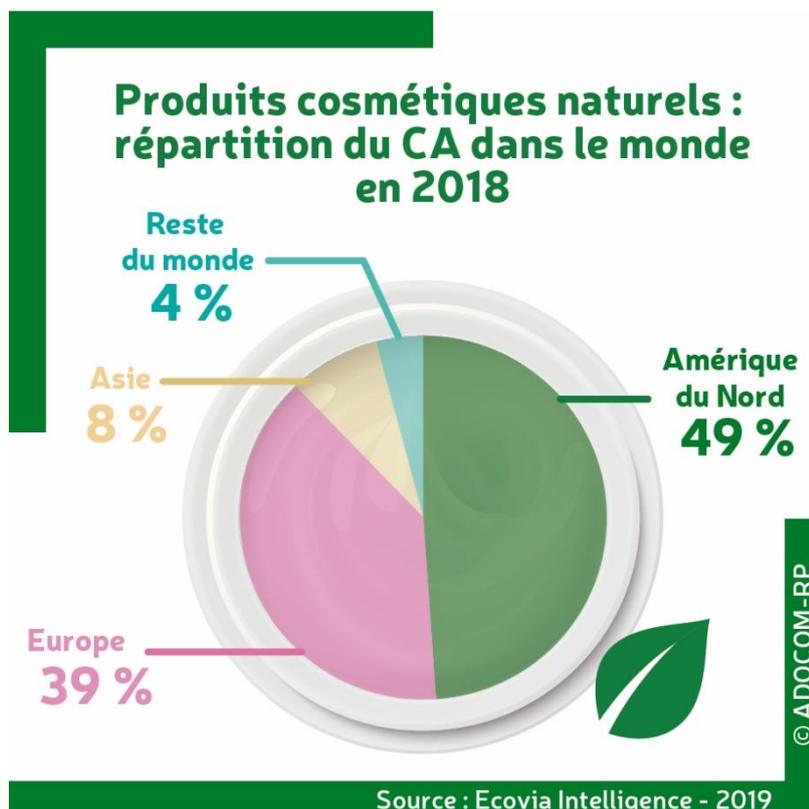
Un dynamisme international

(Source : Ecovia Intelligence – 2019)

Parti de presque rien, le marché mondial de la cosmétique naturelle a connu un développement phénoménal en seulement quelques années. Dans les années 1990, les ventes de cosmétiques naturels représentaient en effet moins d'1 milliard de dollars dans le monde. En 2018, elles représentent un chiffre d'affaires d'environ 11 milliards de dollars dans le monde.

La demande en produits naturels et bio a aujourd'hui pris une ampleur internationale. Si le mouvement des produits bio puise son origine aux États-Unis et en Europe de l'Ouest, la demande se développe désormais partout dans le monde. Les consommateurs sont ainsi de plus en plus nombreux à s'orienter vers les produits de cosmétiques et d'hygiène naturels et bio.

En Europe, environ 60 % des produits cosmétiques naturels et bio sont certifiés, alors qu'en Amérique du Nord, le marché le plus important du monde en la matière, seuls environ 11 % des produits le sont. En Asie, environ 30 % des cosmétiques sont concernés par une certification.





Europe : un marché en hausse continue

(Source : Ecovia Intelligence – 2019)

En Europe, le marché des produits de soins naturels a enregistré une croissance moyenne d'environ 7 % par an sur les 5 dernières années. Le marché est ainsi passé d'environ 2,7 milliards d'euros à 3,82 milliards d'euros en 2018 (+7,2 % vs 2017).

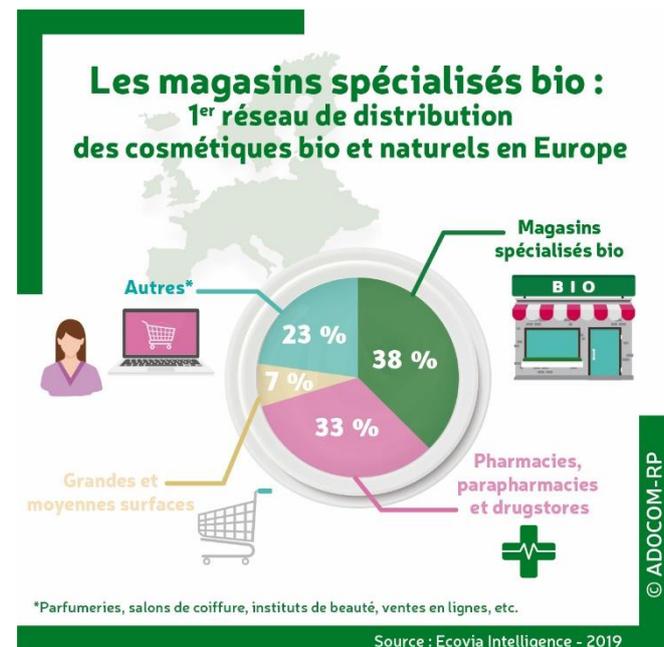
D'après les estimations du cabinet Ecovia Intelligence, la croissance devrait se poursuivre suivant un rythme de l'ordre de 6,3 % en moyenne par an d'ici 2023, pour atteindre un chiffre d'affaires de plus de 5 milliards d'euros en Europe.



Des produits majoritairement vendus en magasins spécialisés en Europe

(Source : Ecovia Intelligence – 2019)

En Europe, les magasins spécialisés dominent le marché des cosmétiques naturels et bio. Même si leur importance tend à diminuer, ils représentent encore 38 % des ventes. Ils maintiennent leur première position, devant les pharmacies, parapharmacies et drugstores, qui enregistrent 33 % des ventes. Les grandes et moyennes surfaces généralistes représentent quant à elles 7 % des ventes de produits de soins naturels en Europe. Enfin, 23 % des produits de soins naturels sont vendus en Europe dans d'autres circuits de distribution : parfumeries, salons de coiffure, instituts de beauté, vente en ligne, etc.





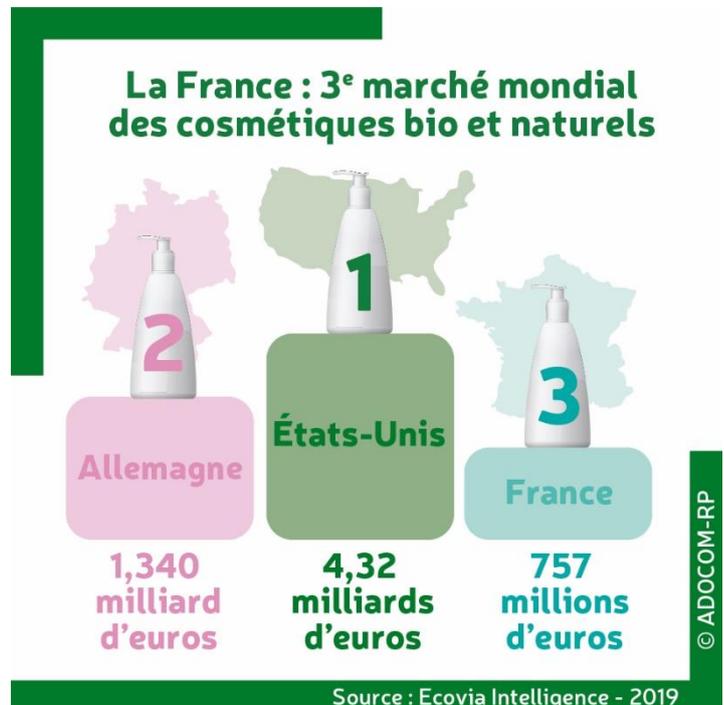
La France : 3^e marché mondial des cosmétiques bio et naturels

(Source : Ecovia Intelligence – 2019)

Le marché des cosmétiques bio et naturels est très dynamique en France, il figure même parmi le pays moteur de la croissance européenne en la matière. Entre 2017 et 2018, le chiffre d'affaires du marché a bondi de +18,7 % pour atteindre le record de 757 millions d'euros.

La France se situe sur la 3^e marche du podium mondial en matière de ventes de cosmétiques bio et naturels. Elle se positionne juste après l'Allemagne (1,340 milliard d'euros) et les États-Unis (4,32 milliards d'euros).

En France, les produits bio et naturels représentent 6,4 % des ventes en valeur globale de la cosmétique.



Le marché des cosmétiques bio et naturels en France en 2018

€ 757 millions d'euros de chiffre d'affaires

+18,7 % vs. 2017

6,4 % du marché global des produits cosmétiques

Source : Ecovia Intelligence - 2019

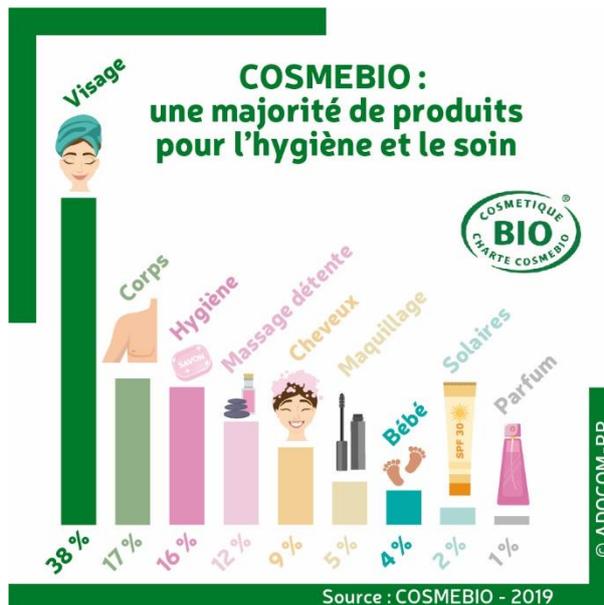
© ADOCOM-RP

Cosmébio : une large diversité de produits

(Source : Cosmébio - 2019)

La majorité des produits labellisés Cosmébio sont des produits pour le visage (38 %). Loin derrière, arrivent ensuite les produits pour le corps (17 %) et l'hygiène (16 %). Les soins pour le massage et la détente arrivent en 4^e position de l'offre Cosmébio (12 %).

Les produits pour les cheveux représentent quant à eux 9 % de l'offre Cosmébio, suivis du maquillage (4,8 %), des produits de soin pour bébé (3,9 %) solaires (2,2 %) et du parfum (1 %).

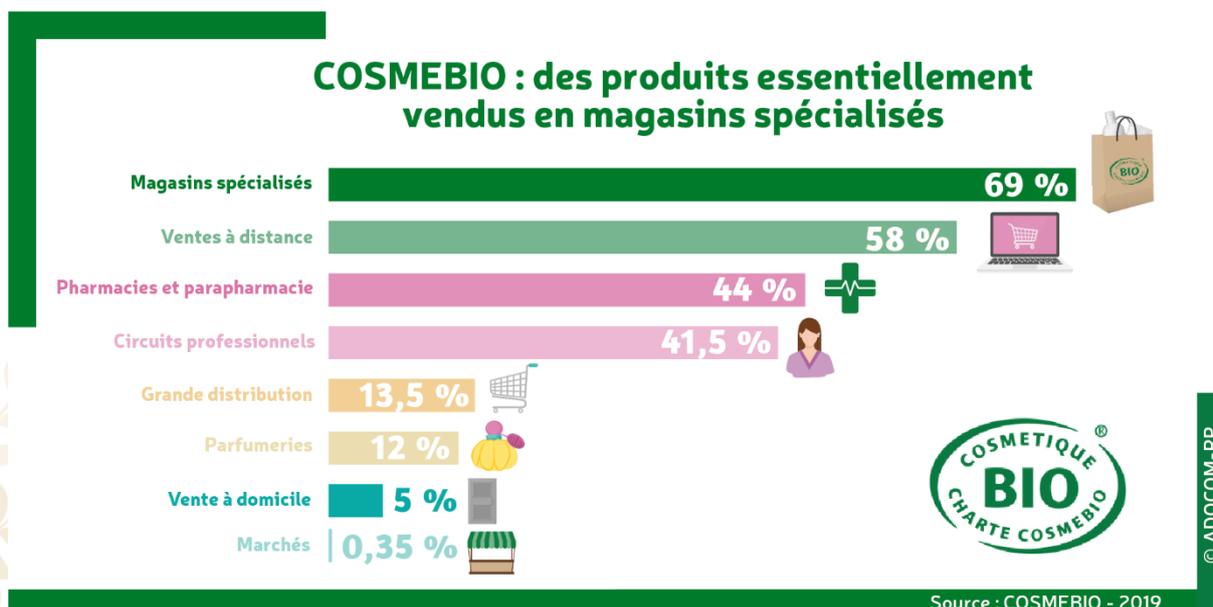


Cosmébio : des produits présents dans tous les circuits

(Source : Cosmébio - 2019)

Les produits porteurs du label Cosmébio sont distribués dans tous les points de vente. Une majorité d'entre eux sont vendus dans les magasins spécialisés (69 %) ainsi qu'en vente à distance (58 %). Ils sont également très bien représentés en pharmacie et parapharmacie (44 %) ainsi que dans les circuits professionnels (41,5 %) (instituts, spas, salons de coiffure, professionnels de santé, hôtellerie).

Dans une proportion plus faible, les produits Cosmébio sont également vendus en grande distribution (13,5 %), en parfumerie (12 %) ou vente à domicile (5 %). En revanche, une faible proportion d'entre eux est présente sur les marchés (0,3 %).





[ENQUETE]

COSMEBIO : LE PLUS CONNU DES LABELS DE COSMETIQUES BIO

Enquête menée du 16 au 19 janvier 2019 auprès d'un échantillon représentatif de 1031 Français de 18 ans et plus.

Des achats récents de cosmétiques bio pour près de 3 Français sur 10

Près de 3 Français sur 10 (28 %) ont acheté des produits cosmétiques bio dans les 6 mois précédant l'enquête menée par OpinionWay pour Cosmébio en 2019. Une proportion qui est en hausse de 3 points par rapport à 2017. Les jeunes consommatrices sont les plus concernées : 35 % des femmes de 25-34 ans déclarent avoir acheté des cosmétiques bio dans les 6 mois précédant l'enquête.





Cosmébio : le plus connu des labels de cosmétiques bio

Le logo Cosmébio est le plus connu des logos permettant d'identifier les produits cosmétiques bio en France. 4 Français sur 10 disent en effet le connaître et 68 % des acheteurs de cosmétiques bio. Quant au logo COSMOS ORGANIC, obligatoire pour tout nouveau produit cosmétique bio depuis 2017, il est déjà connu par 21 % des Français et 42 % des acheteurs.

Au total, l'un des deux logos a déjà été vu par 43 % des Français et 72 % des acheteurs de cosmétiques bio.



Cosmébio : gage pour l'environnement, la santé, la confiance

Les Français ont une bonne opinion globale des logos Cosmébio et COSMOS ORGANIC, auxquels ils attribuent respectivement des notes de 7,1/10 et 7/10.

77 % des Français s'accordent à dire que le logo évoque un produit bon pour l'environnement, 75 % un produit bon pour la santé et 73 % qu'il donne confiance au produit.





[REPÈRE]

COSMEBIO : LA REFERENCE POUR REPÉRER LES COSMETIQUES BIO ET NATURELS

Cosmébio : le point de repère historique des cosmétiques bio et naturels

Le label Cosmébio permet d'identifier immédiatement et avec certitude les cosmétiques naturels ou bio. Il se base sur la charte de valeurs éthiques fondatrice de Cosmébio ainsi que sur un cahier des charges exigeant. Chaque année, un organisme certificateur indépendant vérifie la conformité des produits avec tous les critères du label. Pour apposer le logo Cosmébio sur son packaging, un cosmétique naturel ou bio doit remplir certaines conditions en matière de composition. Sa conformité au cahier des charges est vérifiée chaque année par un organisme certificateur indépendant : Ecocert, Bureau Veritas ou Cosmécert.

La charte Cosmébio réunit les entreprises autour des valeurs communes liées à l'Humain, la Nature et le Plaisir :

L'Humain : les ingrédients issus de la pétrochimie sont remplacés par des ingrédients d'origine naturelle, privilégiant l'agriculture biologique. Un cosmétique Cosmébio est contrôlé, depuis la matière première jusqu'au produit fini par un organisme certificateur accrédité (1 audit / an).

La Nature : un cosmétique bio se fabrique selon des procédés de fabrication doux et non-polluants et encourage un emballage recyclable.

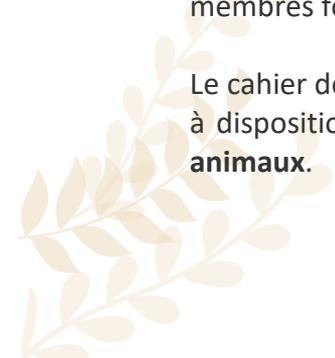
Le plaisir : textures plaisir, formules aux actifs innovants, parfums raffinés, les produits Cosmébio mettent les découvertes au service du bien-être.

COSMOS : une garantie européenne commune

Depuis le 1^{er} janvier 2017, la conformité au référentiel européen COSMOS est obligatoire pour tous les nouveaux cosmétiques bio (COSMOS ORGANIC) et naturels (COSMOS NATURAL). Ces deux signatures sont apposés sous le logo Cosmébio, gage du respect de la charte fondatrice de l'association française du même nom.

COSMOS (COSMetic Organic Standard) est né de la volonté d'harmoniser les cinq labels majeurs existant sur le marché européen : Cosmébio et Ecocert Greenlife (France), BDIH (Allemagne), Ica (Italie) et Soil Association (Royaume-Uni). Cosmébio fait ainsi partie des 5 membres fondateurs de ce référentiel commun.

Le cahier des charges COSMOS reprend également des critères très précis concernant la mise à disposition des **matières premières**, le **mode de production** et l'**absence de tests sur les animaux**.





À chaque logo ses règles de composition précises

Cosmétique Bio Charte Cosmébio / COSMOS ORGANIC : logo indiquant que le cosmétique est bio selon le cahier des charges actuel COSMOS :

- limitation de l'origine pétrochimique du produit (liste d'ingrédients autorisés avec dosage maximal), ce qui revient *in fine* à environ 95 % minimum d'ingrédients d'origine naturelle
- 95 % minimum d'ingrédients bio sur l'ensemble des ingrédients pouvant être bio (tels que les végétaux, la cire d'abeille, le lait...)
- 20 % minimum d'ingrédients bio sur le total du produit (10 % pour les produits à rincer et minéraux - eau et minéraux considérés comme non bio car on ne les cultive pas)



95 % à 100 %
des ingrédients sont
d'origine naturelle



95 % à 100 %
des ingrédients végétaux sont
issus de l'Agriculture Biologique

Maximum 5 %
sur l'ensemble du produit
(ingrédients approuvés
par le référentiel)





Cosmétique Bio Charte Cosmébio / COSMOS NATURAL: logo indiquant que le cosmétique est naturel selon le cahier des charges actuel COSMOS :

- limitation de l'origine pétrochimique du produit (liste d'ingrédients autorisés avec dosage maximal), ce qui revient *in fine* à environ 95 % minimum d'ingrédients d'origine naturelle

95 % à 100 %
des ingrédients sont
d'origine naturelle

COSMETIQUE
NAT
CHARTÉ COSMEBIO

COSMOS
NATURAL

EAU

MINÉRAUX

INGRÉDIENTS
CERTIFIABLES
dont les végétaux

AUTRES INGRÉDIENTS

Maximum 5 %
sur l'ensemble du produit
(ingrédients approuvés
par le référentiel)





Naturels, d'origine naturelle ou bio : en savoir plus sur les ingrédients des produits Cosmébio

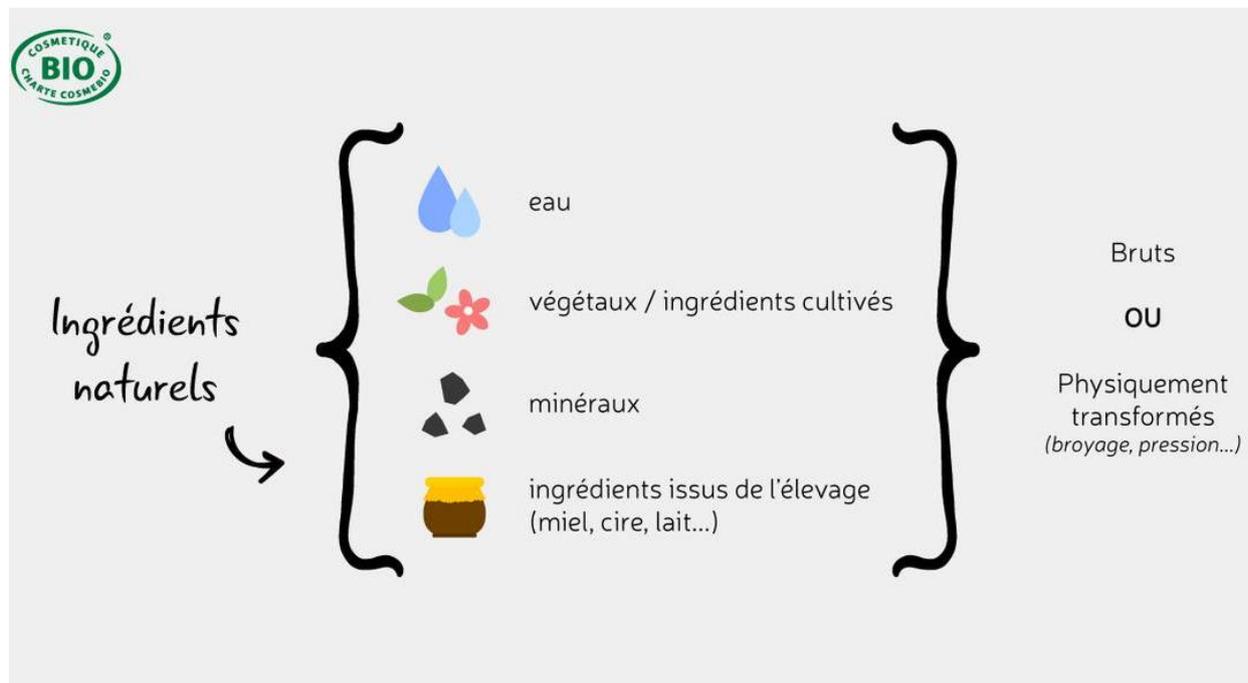
Les ingrédients naturels

Dans un cosmétique labellisé Cosmébio, les ingrédients naturels sont une catégorie regroupant l'eau, les ingrédients minéraux et les ingrédients cultivés ou issus de l'élevage.

Dans un produit, ces ingrédients peuvent être incorporés :

- bruts, c'est-à-dire tels qu'ils ont été récoltés
- après avoir été extraits ou traités physiquement : par exemple, pression ou broyage d'une graine, macération d'une plante...

Le terme technique utilisé dans le cahier des charges pour désigner ces ingrédients naturels est « agro-ingrédients physiquement transformés » (Physically Processed Agro-Ingredients / PPAI).





Les ingrédients d'origine naturelle

Les ingrédients d'origine naturelle désignent tous les ingrédients qui ne sont pas obtenus à partir de pétrole. Ils regroupent les ingrédients naturels physiquement transformés (présentés précédemment), ainsi que les ingrédients naturels qui ont été extraits ou obtenus chimiquement selon les principes de la chimie verte, c'est-à-dire les ingrédients pour lesquels une réaction chimique entre plusieurs éléments naturels a été nécessaire pour permettre leur fabrication.

À titre d'exemple, le savon est un ingrédient chimiquement transformé, car son processus de fabrication, la saponification, est une réaction chimique entre l'huile et la soude. Les ingrédients naturels sont donc un sous-groupe d'ingrédients d'origine naturelle.



Les ingrédients biologiques

Les ingrédients biologiques sont des ingrédients naturels ou d'origine naturelle qui ont été cultivés selon les principes de l'agriculture biologique. Les ingrédients biologiques peuvent également être issus de la cueillette sauvage, à condition qu'il puisse être prouvé qu'ils respectent les exigences fixées par les réglementations de l'agriculture biologique.

À noter : l'eau et les minéraux ne peuvent pas être certifiés biologiques, car on ne les cultive pas. Selon les procédés qu'ils subissent pour entrer dans une formule cosmétique, ils seront classés dans les ingrédients naturels ou d'origine naturelle.





[ÉTHIQUE]

COSMEBIO : SOCLE HISTORIQUE DES VALEURS COMMUNES DE LA COSMÉTIQUE NATURELLE ET BIO

Une association pionnière et des valeurs fondatrices

L'association professionnelle française de la cosmétique écologique et biologique, Cosmébio, a vu le jour en 2002 afin de structurer le marché français des cosmétiques naturels et bio. En effet, à cette époque, aucune réglementation n'encadrait le secteur. Les marques étaient alors libres de revendiquer une forte teneur en ingrédients végétaux, même si les extraits de plantes représentaient moins de 1 % des ingrédients de leurs produits. Une dizaine de laboratoires se sont donc réunis pour protéger les consommateurs des abus, en leur proposant un repère fiable. Ils ont écrit leur vision de la cosmétique bio dans « la Charte Cosmébio ». Elle recense les valeurs fondatrices de Cosmébio et de ses adhérents, articulées autour d'engagements liés à la technique, l'éthique et le marketing.

Les membres de Cosmébio ont ensuite rédigé le cahier des charges technique du label Cosmébio, contrôlé par Ecocert et Bureau Veritas. Désormais, Cosmébio utilise aussi le référentiel européen COSMOS. En effet, depuis le 1er janvier 2017, le cahier des charges COSMOS remplace les cahiers des charges nationaux pour la certification des nouveaux produits.





600 marques et 12 000 produits réunis autour de valeurs communes

À ce jour, 420 entreprises ont signé la Charte Cosmébio (fournisseurs, laboratoires, distributeurs en marque propre...). Elles représentent près de 4 000 emplois et un chiffre d'affaires de près de 430 millions d'euros sortie usine, dont près de 19 % sont réalisés à l'international. Les adhérents Cosmébio réunissent au total près de 600 marques et 12 000 produits respectant la Charte fondatrice de l'Association.





Une Charte pour des cosmétiques naturels, bio et responsables

La Charte Cosmébio en synthèse :

Une composition propre : la vraie cosmétique bio, c'est avant tout un pourcentage élevé d'origine naturelle et biologique – 95 % minimum - et l'absence de la majorité des ingrédients controversés.

Une composition noble : le consommateur mérite le meilleur, nous lui devons donc la qualité la plus élevée possible. Pour y parvenir, la vraie cosmétique bio intègre les ingrédients naturels les plus riches en actifs cosmétiques.

Transparence pour le consommateur : la vraie cosmétique bio mentionne sur les emballages toutes les informations qui aident le consommateur à y voir clair, comme les pourcentages d'origine naturelle et biologique.

Respect des collaborateurs et partenaires : la vraie cosmétique bio offre des conditions de vie et de travail compatibles avec la dignité et l'épanouissement personnel, notamment à travers un commerce solidaire et équitable.

Respect de la nature : la vraie cosmétique bio est fabriquée sans que cela nuise à l'environnement. Les procédés de transformation et de nettoyage sont non polluants, l'emballage doit être raisonné.

Respect des animaux : la vraie cosmétique bio n'intègre que des ingrédients produits naturellement par les animaux. Seul le carmin fait exception, faute d'alternative végétale. Certaines marques proposent des formules vegan.





[DEVELOPPEMENT]

1^{ER} DEFI COSM'ETHIQUE BIO : SOUTIEN AUX PROJETS RESPONSABLES DES JEUNES POUSSES DE LA COSMETIQUE BIO

Afin de soutenir les start-up de la cosmétique bio qui, au-delà de la composition de leurs produits, sont animées par des valeurs liées au développement durable, Cosmébio a décidé de lancer la 1^{ère} édition du « Défi Cosm'éthique Bio » pour leur donner un coup de pouce en visibilité et les aider à rassembler les fonds nécessaires à leur activité. Cosmébio s'est donc associé à Biocoop, premier distributeur bio français, et à Blue Bees, plateforme de financement participatif engagée pour une agriculture durable, afin de proposer un programme de soutien à ces porteurs de projets. Pour sa 1^{ère} édition, le Défi a reçu 12 candidatures, parmi lesquelles le jury a déterminé trois lauréats, récompensés par un accompagnement personnalisé et une campagne privilégiée de crowdfunding :



- **1^{er} Prix** : attribué à la Maison « Le Rouge Français », spécialiste du rouge à lèvres, pour la transparence de ses produits et l'usage innovant de pigments végétaux, en particulier en remplacement du rouge carmin.
- **2^e Prix** : décerné à Biosme / Daydry, spécialiste des produits d'hygiène, pour le lancement de sa gamme de déodorants éco-rechargeables conditionnés dans des roll-on réalisés à partir de plastique issu des océans.
- **3^e Prix** : remis à Biovive, spécialiste en soins pour le visage et le corps, pour son utilisation de la gemmothérapie, avec ses formules entièrement phyto-actives, conçues à partir des bourgeons d'arbres fruitiers.



Association Professionnelle
de Cosmétique Ecologique et Biologique



Les actions de développement durable examinées

Le Défi Cosm'éthique est ouvert à toute société de moins de 5 ans, proposant des cosmétiques bio certifiés ou en cours de certification. Pour candidater, les entreprises doivent mener des projets spécifiques en matière de :

- Économie circulaire : recyclage, valorisation de co-produits...
- Commerce équitable et partenariats agricoles : création de filières, contractualisation...
- RSE : environnement, économie d'énergies, social...
- Protection ou valorisation de la biodiversité

Un coup de pouce à la visibilité et au financement des start-up responsables

Le lauréat du 1^{er} Prix bénéficie :

- du référencement de sa marque dans 250 points de vente Biocoop à travers toute la France durant une période test de 6 mois.

De plus, à l'image des 2^e et 3^e prix, il bénéficie également :

- de l'organisation d'une campagne de levée de fonds participative BlueBees
- de l'adhésion à l'association Cosmébio durant un an
- du soutien en termes de communication de la part de Cosmébio, Biocoop et Blue Bees
- de la mise en relation avec des financeurs





Zoom sur les 3 lauréats du 1^{er} Défi Cosm'éthique

1^{er} Prix : Maison « Le Rouge Français », spécialiste du rouge à lèvres. Officiellement lancée en janvier 2019, la création de cette marque de cosmétique a démarré en octobre 2017. La fondatrice de l'entreprise est ingénieur en biotechnologie et passionnée d'entrepreneuriat. Les formules de ses rouges à lèvres sont élaborées en France avec des ingrédients vegan, biologiques, certifiés et brevetés.

Tous les produits « Le Rouge Français » sont garantis sans ingrédients controversés, sans allergène et sont sans risque pour les femmes enceintes. Ils sont basés sur l'utilisation de plantes tinctoriales. Par des procédés de broyage, d'extraction et d'infusion, leurs propriétés colorantes naturelles sont récupérées, mais également leurs propriétés biologiques.

La Garance est par exemple riche en actifs reconnus pour ses propriétés antioxydantes, reminéralisantes et apaisantes ; la molécule du Lycopène de tomate protège des rayonnements UV et conserve la jeunesse de l'épiderme, etc.



lerougefrancais.com





2^e Prix : Biosme / Daydry, spécialiste des produits d'hygiène. BIOSME a démarré sur un défi : formuler un déodorant naturel qui fonctionne vraiment. Projet qui a révélé l'importance du Microbiome humain, son extraordinaire fonctionnement et tout ce que la cosmétique pouvait faire pour le préserver. En 2015, Biosme a breveté un complexe associant des ferments de saccharomyces et de lactobacilles offrant une protection remarquable contre les odeurs corporelles, le complexe Pro-active deo. Ce complexe d'actifs a donné naissance à la première gamme de la société : les déodorants aux actifs probiotiques DayDry. L'entreprise s'est engagée pour une cosmétique naturelle et bio, vegan et fabriquée en France. Elle propose des déodorants, des gels lavants, des shampoings.

Sa nouvelle gamme de déodorants éco-rechargeables est la première étape d'un engagement vers l'économie circulaire. Les produits seront conditionnés dans des roll-on fabriqués à partir de verre et de plastique issu des océans et des mers. Ils pourront être rechargés dans des points de vente partenaires et, à terme, les emballages seront consignés.

biosme-paris.fr





3^e Prix : Biovive, spécialiste en soins pour le visage et le corps. Créée en 2017, l'entreprise Biovive a officiellement lancé sa gamme de cosmétiques bio en avril 2019. Leurs formules phyto-actives s'appuient sur la force régénératrice d'un complexe breveté de 3 bourgeons® d'arbres fruitiers (figuier, pêcher, cerisier). À l'image de l'intégralité des ingrédients actifs utilisés par la marque, ces bourgeons sont issus du terroir français, une origine France caractéristique de Biovive.



BIOVIVE

De plus, au-delà des exigences du label COSMOS ORGANIC, Biovive propose des formules avec un minimum de 99 % d'ingrédients d'origine naturelle. Les produits sont également certifiés vegan et sont éco-conçus pour limiter au maximum les déchets et la pollution.

Biovive compte aujourd'hui 11 produits à son catalogue : nettoyants-démaquillants, soins du visage, soins du corps.

biovive-france.com





[INFORMATION]

COSMÉBIO REVENDIQUE LA LIBERTÉ D'USAGE DES ALLÉGATIONS « SANS » SUR LES COSMÉTIQUES

Engagée pour la liberté d'informer le consommateur, Cosmébio, Association Professionnelle de Cosmétique Écologique et Biologique, s'élève contre les recommandations publiées le 1^{er} juillet par l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité). Sans valeur légale, ce texte vise à supprimer les mentions « sans », qui permettent pourtant aux consommateurs d'éviter facilement les ingrédients dont ils souhaitent se détacher. En effet, il existe de nombreux ingrédients que les consommateurs ne souhaitent plus utiliser, que ce soit pour des raisons de santé, d'usage ou par convictions écologiques. L'association craint également que ce bannissement abusif des mentions « sans » n'entraîne une recrudescence d'allégations trompeuses, comme la valorisation d'ingrédients d'origine naturelle présents en faible quantité dans le produit.

Romain Ruth, Président de Cosmébio, souligne : « *Nous ne pouvons pas accepter de nous faire dicter notre conduite par un texte qui n'a pas de valeur légale. Au sein de Cosmébio, nous restons persuadés de l'intérêt de faire figurer les mentions « sans », au nom de l'information des consommateurs. Ils sont en droit de repérer rapidement l'absence d'ingrédients non souhaités dans leurs produits, même si ceux-ci sont autorisés.* »

Un nouveau texte sans valeur légale

La version 8 des *Recommandations Produits Cosmétiques* de l'ARPP indique, entre autres, que « *l'utilisation d'une allégation portant sur l'absence d'un ou de plusieurs ingrédients ou d'une catégorie d'ingrédients n'est possible que si cette allégation (...) ne constitue pas l'argument principal de la communication et [qu'elle] répond à l'ensemble des critères communs établis par le Règlement (UE) n° 655/2013 (...) et aux bonnes pratiques de son application développées dans le Document technique sur les allégations cosmétiques publié le 3 juillet 2017 par la Commission européenne et ses versions ultérieures* ». Elle sous-entend que les allégations « sans » ne seraient plus possibles pour informer de l'absence d'un ingrédient perçu négativement par l'opinion publique, mais autorisé par le Règlement Cosmétique. Pourtant, l'association **Cosmébio rappelle qu'aucune norme juridique ne bannit les allégations « sans », et précise que :**

1. **L'ARPP et le Document Technique initialement publié le 3 juillet 2017 n'ont aucune valeur légale.** Ils ne peuvent en aucun cas entraver la liberté des entreprises d'employer des mentions qui délivrent une information légitime au consommateur et que ce dernier attend.
2. **En matière d'allégations relatives aux produits cosmétiques, seul le règlement n°655/2013 est juridiquement opposable en cas de litige.** C'est d'ailleurs le seul qui est traduit en français. Et celui-ci interdit le « *dénigrement d'un ingrédient utilisé de manière légale* ». Pas la simple mention de son absence sans qualificatif négatif.





3. **Le Document Technique lui-même précise qu'il ne vaut pas règlement** : « *ce n'est pas un document de la Commission Européenne...il sert d'outil...au cas par cas...il n'a pas valeur légale...seule la Cour Européenne de Justice peut donner une interprétation faisant autorité des normes légales de l'Union Européenne* » (version traduite de l'anglais).

Au vu de ces éléments, Cosmébio s'étonne donc que personne ne conteste cette nouvelle version qui prive les marques d'un droit fondamental, sans aucun fondement juridique.

L'équipe Adocom RP, Sandra, Diana, Anaïs & C° – Service de Presse de COSMÉBIO
vous remercient de votre attention.
Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr

**ADOCOM®-RP**

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM

