



Communiqué de presse, Valence le 19 mars 2026

Cosmébio lance une nouvelle campagne de communication sur les allergènes du parfum en cosmétique

Du 20 au 27 mars 2026, à l'occasion de l'arrivée du printemps, Cosmébio déploie une campagne de communication digitale dédiée aux allergènes du parfum dans les cosmétiques. Diffusée sur réseaux sociaux de l'association (Instagram, Facebook, TikTok et LinkedIn), cette prise de parole vise à informer, rassurer et accompagner les consommateurs face à une évolution réglementaire.

Avec une approche pédagogique et positive, cette campagne poursuit plusieurs objectifs :

- rassurer les consommateurs sur l'impact réel de cette évolution réglementaire,
- expliquer que l'augmentation du nombre d'allergènes étiquetés est une avancée en matière de sécurité et de transparence,
- rappeler que la présence d'un allergène n'est pas synonyme de danger,
- promouvoir la cosmétique naturelle et bio comme un choix plus sûr pour la peau et l'environnement

Une évolution réglementaire qui renforce la sécurité et la transparence

La réglementation européenne relative aux allergènes du parfum évolue : le nombre de substances pouvant être mentionnées sur l'étiquetage passe de 24 à 81, conformément au règlement (UE) 2023/1545. Cette mesure, issue des recommandations du Comité Scientifique pour la Sécurité des Consommateurs (CSSC), vise à mieux protéger les personnes sensibilisées.

Cette évolution implique des listes INCI potentiellement plus longues sur les produits. Toutefois, un point essentiel mérite d'être rappelé : les formules ne changent pas, seule l'information donnée au consommateur est renforcée.

Les marques disposent d'un délai d'adaptation :

- jusqu'au 31 juillet 2026 pour fabriquer et commercialiser des produits avec les anciennes étiquettes,
- jusqu'au 31 juillet 2028 pour écouler les produits déjà mis sur le marché, avant le 31 juillet 2026.

Bien que les cosmétiques certifiés soient particulièrement impactés, cette nouvelle réglementation concerne l'ensemble du secteur cosmétique.

Informer sans inquiéter : un enjeu clé de cette campagne

À travers cette campagne, Cosmébio souhaite lever les incompréhensions et déconstruire certaines idées reçues. La présence d'un allergène sur une étiquette ne signifie pas qu'il représente un danger pour tous.

Une allergie est avant tout une réaction individuelle du système immunitaire. Elle dépend notamment de la sensibilité propre à chaque personne, d'une structure moléculaire spécifique, mais aussi de la dose d'exposition à cette molécule.

En réalité, seuls 1 à 3 % de la population européenne présentent une sensibilité à ces substances¹. L'étiquetage répond donc à un principe de précaution et de transparence.

Message central de la campagne :

« Tout le monde n'est pas concerné, mais tout le monde est informé ! »



Pourquoi les allergènes sont-ils indiqués sur l'étiquette ?

La réglementation européenne impose de mentionner certains allergènes dans la liste INCI lorsque leur concentration dépasse :

- 0,001 % pour les produits non rincés (crèmes, sérums, huiles, parfums),
- 0,01 % pour les produits rincés (shampoings, gels douche).

Cet étiquetage a un objectif strictement informatif : il permet aux personnes déjà allergiques ou sensibilisées d'identifier rapidement les substances qui pourraient les concerner. Pour le reste de la population, ces ingrédients ne présentent aucun risque particulier.

¹ Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS), Opinion on Fragrance allergens in cosmetic products, june 2012

On peut comparer ce dispositif à l'étiquetage des traces de fruits à coque dans l'alimentation : il protège les personnes concernées sans alerter inutilement l'ensemble des consommateurs.

Cosmétique bio : naturalité, transparence... et bénéfices

Dans les cosmétiques labellisés Cosmébio, les allergènes du parfum proviennent principalement des huiles essentielles. Au-delà de leur rôle olfactif, ces molécules apportent également des bienfaits pour la peau. Par exemple :

- Limonène (présent dans les agrumes) : antibactérien, antioxydant et tonifiant
- Linalol (lavande) : calmant, apaisant et cicatrisant
- Géraniol (géranium, rose) : régénérant et apaisant
- Farnésol : antibactérien (notamment contre les imperfections) et anti-inflammatoire

Ces composés participent ainsi à la sensorialité et à l'efficacité des produits bio et naturels, tout en restant parfaitement encadrés.

Le label Cosmébio : un repère de confiance

Dans un contexte où l'information peut parfois prêter à confusion, le label Cosmébio constitue un repère fiable pour les consommateurs. Il garantit des produits bio et naturels respectueux de la santé et de l'environnement, excluant les ingrédients controversés et s'inscrivant dans une démarche globale éthique et transparente.

À propos de Cosmébio :

Cosmébio est l'association française de la Cosmétique bio, présidée aujourd'hui par Damien Sineau. Elle a vu le jour en 2002 et réunit aujourd'hui plus de 480 sociétés. Toutes s'engagent à respecter les principes du Manifeste 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 ; 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 référentiel COSMOS. Plus de 16 300 produits et plus de 650 marques sont actuellement concernés par ce label.

Contacts Presse :

Agence Grenadine

Laurane Froment – laurane@grenadine-rp.com

Marine Beaulieu - marine.beaulieu@grenadine-rp.com