



Cosmébio, première association mondiale dédiée aux cosmétiques naturels et bio, dénonce le « greenwashing » et relance sa campagne "Distingue le bio du faux "

Communiqué de presse, Paris le 11 septembre 2024

L'objectif : lutter contre le greenwashing et rappeler aux consommateurs que seul le label Cosmébio est un repère de confiance sur un marché préempté par des marques non légitimes. Les consommateurs de produits cosmétiques bio, souvent sans le savoir, n'achètent pas du bio, tant le marché est parasité par des acteurs et labels "fakers" qui jouent la confusion pour donner une tonalité naturelle à leurs produits. Ils ont l'apparence du bio, le discours du bio, et pourtant ils ne prennent pas les engagements qu'ils affichent.

En 2023, la campagne de communication de Cosmébio avait déjà lancé l'alerte via une vaste opération d'affichage dans les métros lyonnais, dénonçant cinq ingrédients à éviter dans les formulations cosmétiques : Octocrylène, BHT, Diméthicone, PTFE et Résorcinol.

En 2024, Cosmébio poursuit son engagement en ciblant deux nouveaux ingrédients, les PEG et l'EDTA, tout en accentuant son message contre le marketing trompeur.

Zoom sur deux ingrédients controversés :

Les PEG (Polyéthylène Glycol) : Utilisés pour donner une texture agréable aux produits cosmétiques, les PEG cachent pourtant un impact environnemental dévastateur. C'est notamment leur origine pétrochimique, leur fabrication par éthoxylation et le fait qu'ils soient difficilement biodégradables qui font que les PEG contribuent à la pollution de l'environnement en s'accumulant dans la nature.

Slogan campagne : « Des PEG dans vos cosmétiques pour une texture formidable, mais un bilan écologique fort minable ».

EDTA et ses sels : Ce stabilisant chimique est un des ingrédients les plus répandus dans les produits de soins. Bien qu'il améliore la conservation des formules, il est très nocif pour les écosystèmes aquatiques. Non biodégradable, l'EDTA s'accumule dans les écosystèmes aquatiques, se lie aux métaux lourds et déséquilibre la vie marine. Ses effets nocifs sont à long terme, et nous ne les connaissons pas encore tous.

Slogan campagne : « EDTA, un coup de boost pour vos cosmétiques, un coup bas pour l'environnement aquatique. »

Greenwashing, Cleanwashing : des pratiques de plus en plus répandues

Le greenwashing consiste à donner l'illusion qu'un produit est respectueux de l'environnement ou de la santé, sans que cela ne soit réellement le cas. De nombreuses marques non certifiées se servent de ce type de stratégie pour tromper les consommateurs. Par cette campagne nous mettons en avant la pratique de

souligner l'usage d'un seul ingrédient « BIO » dans la composition du produit non certifié bio ou l'utilisation des packagings verts. Mais cela cache souvent l'usage d'ingrédients issus de la pétrochimie, nuisibles à la planète et parfois à notre santé.

Les slogans : « *Ce produit est au concombre BIO... Pourtant, ce produit n'est pas BIO.* » ou même « *Ce shampoing est dans un tube vert. Mais êtes-vous sûr qu'il est vraiment naturel ?* »

Un appel à la vigilance

« *Avec cette campagne, nous souhaitons rappeler l'importance de choisir des produits véritablement certifiés biologiques et naturels, et non ceux qui ne font que surfer sur la tendance verte. Seule la cosmétique certifiée garantit au consommateur une véritable cosmétique naturelle et bio.* »

- Damien SINEAU, président Cosmébio

Ensemble, distinguons le bio du faux !



À propos de Cosmébio :

Présidée par Damien Sineau, Cosmébio est l'association française de la Cosmétique bio. Elle a vu le jour en 2002 et réunit aujourd'hui plus de 530 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 label. Plus de 16 000 produits et plus de 800 marques sont actuellement concernés par ce label.

Contact Presse :

Agence Grenadine RP - Marine Beaulieu

marine.beaulieu@grenadine-rp.com

En savoir plus sur la campagne :

<https://www.cosmebio.org/fr/label-qui-distingue-bio-du-faux/>