



*“À nous de vérifier
que les entreprises mesurent
effectivement leur impact”*

JEN NOVAKOVICH

**CHERCHEUSE ET FONDATRICE DE LA
PLATEFORME D'ÉDUCATION THE ECO WELL**

« Le produit le plus durable, c'est celui qu'on utilise jusqu'à la fin. C'est toujours mieux d'acheter un cosmétique conventionnel et le vider jusqu'à la dernière goutte plutôt qu'un produit green qu'on ne finit pas. Regardez avec attention les dates limites. Certains produits avec moins de conservateurs n'ont une durée de vie que de six mois : allez-vous les utiliser entièrement avant péremption ? Par ailleurs, de manière générale, je conseille de juger une entreprise sur des impacts mesurés plutôt que des hypothèses. On ne peut pas affirmer de manière catégorique qu'un cosmétique sans eau, solide, ou sans plastique est plus durable que le reste. Tout dépend de la façon dont vous l'utilisez et dont il est produit : les dentifrices en tablette ont finalement un impact pire que ceux en tube, car ils nécessitent plus d'eau. Si l'entreprise avance son impact sans apporter de preuves, méfiez-vous. Vous pouvez chercher les rapports annuels de durabilité (facilement accessibles en ligne) ainsi que des informations sur l'analyse du cycle de vie d'un produit (ACV). Consultez aussi sur le site Ecovadis, qui calcule les bilans carbone. Un autre bon indice, c'est si l'entreprise cite les normes internationales ISO comme guide de durabilité. Ce n'est pas parfait, parce qu'il n'y a pas encore de standard exact pour comparer les entreprises entre elles. Mais c'est le mieux qu'elles puissent faire : avoir un but, le rendre public, et publier des rapports pour savoir si ce but est atteint. »

E-SHOPS ANTI-GASPI

Le producteur d'emballages Avery Dennison a réalisé l'an dernier une étude estimant que plus de 10 % des cosmétiques produits dans le monde sont jetés faute d'être vendus. Dans le détail, 6,2 % sont le résultat d'une surproduction, et 4 % sont détériorés. De plus en plus de marques adoptent une stratégie anti-gaspi. Gallinée propose régulièrement sur son site des promotions sur les produits ayant une date de péremption de six mois. Omum et Centifolia offrent des réductions sur les produits au packaging "cabossé" (sur omum.fr et centifoliabio.fr). La marque de maquillage All Tigers a la même démarche lors de Wild Days (souvent en décembre ou janvier) sur son site all-tigers.com. Quant au site Greez (greez.fr), il s'est spécialisé sur le sujet et propose des ventes privées de produits en surplus, à date courte ou avec de légers défauts. Pour des rabais jusqu'à - 80 % !



*“Il est temps de moderniser
notre vision du luxe”*

PASCALE BROUSSE

**FONDATRICE DE L'AGENCE DE PROSPECTION
ET BRANDING TREND SOURCING**

« Lorsque je dois acheter quelque chose, j'utilise la méthode des 4R (Réduire, Réutiliser, Recycler ou Refuser) qui permet de faire des choix éclairés. En cosmétique, je crois aux formules qui réduisent le nombre d'ingrédients et qui sourcent au plus près de l'usine – ou qui créent des filiales éthiques plus loin. Mais, demain, il faudra aller au-delà et soutenir les marques qui réduisent le nombre de produits qu'elles lancent. L'industrie est accro à l'innovation, d'autant que quand on ne sort pas des produits tous les trois mois, on perd sa place chez les revendeurs [et dans la presse, ndlr !]. C'est ce système-là qu'il va falloir changer. Il y a quelques années, la marque Patagonia avait lancé une campagne sur le fait qu'il fallait réparer ses vêtements. Je pense que les prochaines pubs expliqueront qu'on ne peut pas toujours surproduire. Notre vision du luxe va changer : il y a quelques années, utiliser dans un parfum l'eau d'un deuxième distillat ou des légumes paraissait inacceptable. C'est devenu beaucoup plus répandu aujourd'hui. Certains producteurs de verre valorisent aussi le défaut, les petites bulles, par exemple, qui confèrent leur unicité au produit. Dans quelques années, un emballage trop blanc, trop clinquant ou trop doré sera perçu comme pas assez durable en Europe. » ●

HORS-SÉRIE

ELLE

BEAUTÉ

FACILE
LES RECETTES
"BELLE PEAU"
DES FILLES
DU MONDE
ENTIER

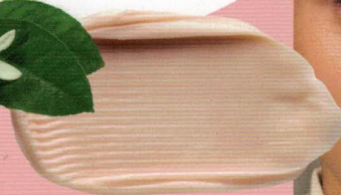


LA BIBLE BEAUTÉ GREEN

100 *pages*
DE CONSEILS, PRODUITS
ET NOUVEAUTÉS



ÉCLAT
LA BONNE
ROUTINE DU
PRINTEMPS,
STEP BY STEP



DICO
SAVOIR
DÉCRYPTER
LES LABELS



#56

HORS-SÉRIE N°56 / MARS-AVRIL 2024

FRANCE MÉTROPOLITAINE : 7,50 € - BEL : 8,50 € - ESP : 9 € - IT : 9 € - LUX : 8,50 €
PORT CONT. : 9 € DOM S : 9 € TOM S : 1700XPF - CAN : 13,49 CAD - CHF : 12,90 CHF - MAR : 85 MAD.

CMI
FRANCE

L 14345 - 56 H - F : 7,50 € - RD

