

PHÉNOMÈNE B Corp, un nouveau label à l'exigence vertueuse

En demandant aux fabricants de s'engager concrètement pour l'environnement et pour la diversité, ce nouveau sceau d'excellence cosmétique va bien au-delà des labels existants. Décryptage. Par Joy Pinto



NE PAS CHERCHER À ÊTRE LA MEILLEURE ENTREPRISE AU MONDE, mais la meilleure pour le monde : c'est la philosophie du label B Corp*, qui certifie les entreprises sur la base de deux cents critères répartis en cinq catégories : la gouvernance, les collaborateurs-rices, la collectivité, l'environnement et les client-es. Sont donc abordées les questions de parité, représentation ethnique, impact carbone, choix des fournisseurs, mais aussi de l'utilité du produit. Un score d'au moins 80 sur 200 permet d'arborez cette reconnaissance pour trois ans avant de recommencer sur la base de critères en évolution constante.

« Ce label global et exigeant est une réponse transparente aux marques qui s'autocongratulent pour chaque microaction menée », tranche Pascale Brousse, fondatrice de conseil en cosmétique éthique Trend Sourcing. Et la garantie qu'une nouveauté bonne pour la planète n'a pas été induite par une entreprise maltraitant ses employé-es ou ses fournisseurs à l'autre bout du monde. « D'autant que le naturel n'est pas vertueux pour l'environnement s'il épuise ses ressources », rappelle Karen Lemasson, directrice RSE et Open Innovation Expanscience Mustela. Le spécialiste des tout-petits a d'abord exploré les pistes classiques du faible bilan carbone (moins de packagings, papier durable...) et repense désormais son approche avec un flacon en verre appelé « Reviens » rechargeable. Chez Dr Bronner's (deuxième meilleure note B Corp au monde, avec 177,8/200), on cumule les vertus. « Bio et commerce équitable. Nous investissons aussi dans de petites fermes afin de les faire évoluer vers la même philosophie », décrit la marque, qui reverse également un tiers de son chiffre d'affaires à des associations.



ACCOMPAGNER LES JEUNES MARQUES

Enfin, B Corp permet aux start-up de se lancer dans un cadre éthique, comme l'a fait Franck Waechter, fondateur de Purally : « Nous avançons en mesurant le poids de chacune de nos actions. Et c'est un label très bien vu des investisseurs », reconnaît-il. Sans oublier le club très privé des membres B Lab. « Chaque mois, les adhérents se réunissent pour creuser un ou plusieurs sujets », précise Fanny Auger, directrice de Nature & Découvertes et membre du Board B Lab France. La preuve qu'on peut faire rimer business et éthique.

(*) bcorporation.fr

NOTRE SÉLECTION B CORP 1. Lait Hydratant Bio Lavande-Noix de Coco de **Dr Bronner's**, 14,50 € les 240 ml. 2. Huile de Soins Parfum Fleur d'Oranger Trésor d'Argan de **Plants by Nature & Découvertes**, 14,95 € les 100 ml. 3. Eau de Parfum **Karst d'Aesop**, 160 € les 50 ml. 4. Lingettes Démaquillantes Réutilisables Conscience Tranquille de **The Body Shop**, 14 € les 7. 5. Sérums Anti-Polluages **Extrait PM 2.5 de Purally**, 89 € les 30 ml. 6. Gel Lavant Doux dans le Flacon Rechargeable « Reviens » de **Mustela**, 7,60 € les 480 ml.

Aurélien Claire 12/2020