



## Changer de modèle : les transitions de la filière cosmétique

### Transition environnementale, numérique et sociétale

Véritable pilier de l'industrie française, le secteur de la cosmétique est lui aussi confronté aux grands défis de notre temps. Intégration de l'intelligence artificielle à tous les niveaux de l'entreprise, conciliation d'un moindre impact environnemental avec la recherche d'une efficacité énergétique, écoute des clients de plus en plus soucieux d'une consommation responsable, voire d'une déconsommation ...

- *Transition environnementale*

Pionnière dans la transition écologique dès 1974, la filière cosmétique s'est engagée dans un changement profond. Biodiversité, eau, économie circulaire, reporting de durabilité, affichage environnemental : les défis à relever sont nombreux.

Comme pour le climat, il y a une urgence, voire une crise de la biodiversité. Alors que la 16<sup>e</sup> COP a démarré le 21 octobre en Colombie, seuls 32 pays ont soumis leur stratégie nationale pour la biodiversité, et celle-ci continue de s'éroder. Pourtant, les services « écosystémiques » rendus par la biodiversité aux activités humaines, dont les activités économiques des entreprises (approvisionnement en eau et matières premières, etc.) sont loin d'être négligeables. La filière cosmétique est elle-même dépendante de la biodiversité, comme elle est fortement tributaire de l'eau, notamment en production. En France, les ressources en eau devraient diminuer de 10 à 40 % dans les prochaines décennies. L'industrie cosmétique recherche des solutions pour une plus grande sobriété et pour préserver la qualité de l'eau (face aux pollutions).

En matière d'économie circulaire, la filière travaille sur la prévention des déchets (diminution des emballages), le réemploi, le recyclage, également sur l'intégration de matières premières recyclées. Toutes ces actions visant à diminuer l'impact de leur activité sur l'environnement doivent faire l'objet d'un reporting depuis l'entrée en vigueur de la CSRD. Les plus petites entreprises n'ont pas d'obligation légale de communiquer sur l'impact de leurs activités. Cependant, les normes volontaires les y incitent. Enfin, dans la tendance d'une transparence toujours plus grande vis-à-vis des consommateurs, plusieurs initiatives, Green Impact Index (GII) et EcoBeautyScore (EBS) veulent promouvoir, via l'affichage environnemental, les efforts des entreprises en termes d'écoconception, de packaging, et de façon générale, la réduction de l'impact de leurs produits sur l'environnement.

- *Transition numérique*

La révolution digitale bouleverse également le fonctionnement des entreprises de cosmétique. Elle redéfinit les modes de production (automatisation croissante des lignes) et accentue le pilotage à distance des systèmes de contrôle qualité. Elle modifie les méthodes de commercialisation et permet au consommateur d'être acteur de l'innovation au sein des entreprises. En marketing, le live-shopping renouvelle le concept de vente en ligne et se diffuse en France (Poppinlive, le Frenchlive). L'intelligence artificielle, en analysant les data recueillies en ligne, optimise la personnalisation des expériences d'achat, rationalise la gestion des stocks et fournit de précieuses indications sur ce que recherche le consommateur.

- *Transition sociétale*

De plus en plus d'entreprises souhaitent mettre en avant une raison d'être. Elles affichent ouvertement dans leur stratégie, le bien-être des consommateurs ou la réduction de leur impact environnemental. Les entreprises à mission se multiplient, comme les entreprises labellisées B-Corp ou Ecovadis (Technature est un exemple dans l'Ouest). Des grands groupes comme les Laboratoires Expanscience, mettent en avant la prévention et la recherche en termes de santé publique via différents outils : des fondations, des formations, des actions en faveur du soutien des populations locales dans les régions du monde où ils s'approvisionnent en matières premières. C'est la recherche de l'impact positif qui prévaut aujourd'hui.

*Les pouvoirs publics soutiennent les transitions des entreprises.*

En Bretagne, [l'aide Inno R&D Collaborative](#) subventionne les partenariats entre recherche académique et entreprises visant à développer des solutions innovantes et « vertueuses d'un point de vue écologique, climatique et énergétique ». La Région Pays de la Loire soutient également la définition et le déploiement de démarches RSE [via les dispositifs Pays de la Loire Entrepreneurs Engagés et Pays de la Loire Conseil RSE](#). En Normandie, l'association [NEODD](#) accompagne les entreprises avec le soutien de la Région.

Le CFIC, Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Cosmétique, que Cosmed et GL Events organisent les 3 et 4 décembre à Orléans, doit permettre d'identifier où en sont exactement la filière et ses fournisseurs dans leurs transitions. L'idée est de rendre accessibles les innovations pour le développement des entreprises de demain.

Informations [sur le site de Cosmed](#).

## Portrait : Gilles Bedoux, enseignant-chercheur, responsable de la licence professionnelle DPCS\*, Université Bretagne Sud



C'est au cours de son doctorat en sciences biologiques et à l'occasion du colloque COSM'ING en 2001 que Gilles Bedoux commence à s'intéresser à la recherche et à la formation dans le secteur de la cosmétique. Avec une formation initiale en chimie, il cherche à faire concorder diplômes, besoins du territoire et sciences de la mer. En collaboration avec des entreprises, il crée en 2004 la licence professionnelle « Développement des produits cosmétiques et de santé » à l'Université Bretagne Sud (UBS) avec une ouverture sur une perception holistique de la santé et de la cosmétique.

Adeptes du travail collaboratif, de nature enthousiaste et optimiste, il intègre le laboratoire de Biotechnologie et Chimie Marines (LBCM, Équipe Mixte de Recherche CNRS 6076) en 2013 pour développer des recherches sur l'éco-extraction et étudier les propriétés des molécules et extraits de macro-algues et de plantes aromatiques. Co-encadrant de huit thèses jusqu'en 2021, il obtient l'habilitation à diriger des recherches (HDR) et il dirige actuellement deux thèses pour caractériser les activités biologiques de molécules algales sur les cellules cutanées et sur le microbiote de la peau.

Réalisées dans le cadre de projets partenariaux régionaux, nationaux ou internationaux, ses recherches lui ont permis de développer des méthodes d'extraction et de fractionnement innovantes, ainsi que des activités biologiques pour des applications transférables dans l'industrie. Il est co-auteur d'une cinquantaine d'articles indexés et d'une douzaine de chapitres de livres. C'est toujours avec cet esprit collaboratif qu'il a rejoint le GDR 3711 COSM'ACTIFS depuis 2014 et plus récemment le Cosmetopôle Grand-Ouest pour contribuer à l'animation de la filière cosmétique en Bretagne. Il dirige le comité scientifique du prochain colloque PHYTOVALO qui sera organisé à Dakar (UDAC) du 1<sup>er</sup> au 5 avril 2025 et qui est soutenu par l'Agence Universitaire de la Francophonie.

[www.univ-ubs.fr](http://www.univ-ubs.fr)

\*DPCS : développement des produits cosmétiques et de santé

**L'EAU : UN ENJEU CENTRAL POUR L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE**

**CLUB ENVIRONNEMENT**

Face à la menace grandissante de stress hydrique et de concentration des pollutions, cet atelier traitera de la gestion de l'eau : tant au niveau des consommations que des rejets pour une sobriété nécessaire avec pour point de départ la mesure (de l'empreinte eau).

**Mathilde Guyader**  
Responsable Service environnement Cosmed

**7 NOVEMBRE**  
10h-12h30

**Je m'inscris**

Lieu : Totem de l'Innovation, 2 rue de la Gare, 22000 SAINT-BRIEUC

## Les prochaines dates à retenir dans l'Ouest

### 7 NOVEMBRE, SAINT-BRIEUC

#### GERER L'EAU : VERS UNE SOBRIETE NECESSAIRE

L'eau est un enjeu central pour la filière cosmétique. Face à la menace grandissante de stress hydrique et de concentration des pollutions, les entreprises doivent s'interroger sur leur gestion de l'eau : tant au niveau des consommations que des rejets pour une sobriété nécessaire avec pour point de départ la mesure de l'empreinte eau.

Afin d'anticiper ou de mieux comprendre les enjeux environnementaux en cours sur l'eau, et les axes sur lesquels travailler, Mathilde Guyader, Responsable du service Environnement de Cosmed, vous invite à vous réunir le 7 novembre, à Saint-Brieuc, pour un Club Environnement spécial consacré à cette ressource.

Adhérent Cosmed, ou abonné à la veille, retrouvez-nous pour discuter des principaux enjeux, enjeux de qualité et de quantité, auxquels est confrontée la filière cosmétique bretonne quand il s'agit des ressources en eau et de sa gestion. A partir de la présentation qui vous sera proposée et de vos problématiques entreprise, entamez la discussion sur un sujet clé.

Comment les projets réglementaires, comme celui de la révision de la Directive sur les Eaux Urbains Résiduaires (DERU), avec la mise en place d'une REP Eaux usées, vont impacter notre filière ? Quelle stratégie mettre en place dans les entreprises ?

Inscriptions [sur le site de Cosmed](http://www.cosmed.fr). Dernières places disponibles.

### RENCONTRE 2025 : LE 22 MAI DANS LE 22 !

La 12<sup>e</sup> Rencontre annuelle du Cosmetopôle Grand-Ouest aura lieu le 22 mai 2025 dans les Côtes d'Armor.

Notez d'ores et déjà la date de ce rendez-vous qui traitera des filières locales, végétale et marine, de naturalité, et d'économie circulaire, et proposera des visites d'entreprises locales (Endro, Givaudan).



## Les nouveaux adhérents Cosmed en Grand-Ouest



## Les infos partenaires

### U'COSMETICS 2025

Pour sa 16<sup>e</sup> édition U'Cosmetics, organisée par l'UCO à Guingamp, les projets pour le concours étudiant sur le thème de « L'homme et la cosmétique ? » sont attendus **d'ici le 8 décembre**. 4 prix seront attribués : 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> prix innovation Formulation, Prix Concept innovant, Prix spécial Philippe Collas.

Les dossiers de candidature peuvent être téléchargés [sur le site de l'événement](#).

Pour les conférences, les replays de la 15<sup>e</sup> édition sur « Cosmétique et environnement marin » sont disponibles [sur la chaîne Youtube de U'Cosmetics](#). Cosmed est partenaire de l'événement.

### COSMED PARTENAIRE DE COSMATCH

Vous êtes une entreprise ou un laboratoire établi en Bretagne ? Vous vous intéressez au marché de la cosmétique ? Participez à Cosmatch Bretagne, la journée de rendez-vous BtoB organisée par Biotech Santé Bretagne, pour vous permettre de vous connecter avec les acteurs de la filière.

L'événement aura lieu le jeudi 12 décembre, à l'UCO, à Guingamp. Cosmed est partenaire de l'événement.

Inscription gratuite et obligatoire [sur le site de Cosmatch Bretagne](#).

### LA LICENCE PRO DE L'UBS FETE SES 20 ANS



Créée en 2004 par Gilles Bedoux (voir *portrait infra*), la licence professionnelle Développement des produits cosmétiques et de santé (DPCS) fête ses 20 ans le 13 décembre à Vannes. Les anciens étudiants, l'équipe pédagogique et les entreprises se retrouveront pour échanger sur l'évolution des métiers dans le secteur cosmétique et sur les besoins en matière de formation. Inscription gratuite et obligatoire [sur le site de l'UBS](#).



## Les échos des entreprises

### UNE PATE A MODELER LAVANTE NAILMATIC

La marque Nailmatic sort Pataploof, une pâte à modeler lavante, fabriquée et conditionnée en Bretagne. Nailmatic, dont Rocher Participations, holding d'investissement du groupe Rocher, est actionnaire majoritaire, est implantée dans une quarantaine de pays via 3000 points de vente. Face à la baisse de consommation, Nailmatic a lancé sur son site web un onglet anti-gaspi, qui représente entre 30 et 40 % des ventes du site.

[www.nailmatic.com](http://www.nailmatic.com)

### DELIENN DEVIENT UNAOD

Fondée par Marine Bizouarn et Gaëlle Marrot à Ploufagan, la marque de cosmétiques naturels Delienn devient Unaod.

<https://unaod.fr>

### BLANCREME SE LANCE DANS LE SAVON

Ingénieur en biologie et chef de production pour les laboratoires Payot, Nicolas Guibert fonde Blancrème en 2011. Fabriquant 400 000 à 500 000 pièces chaque année (crèmes, gommages, masques, sérums) distribuées dans des instituts de beauté, des parfumeries (Nocibé) et quelques pharmacies franciliennes, Blancrème a conçu, avec le soutien de France Relance, une savonnerie. L'objectif est de produire et vendre 30 000 savons à la fin de l'année.

[www.blancreme.com](http://www.blancreme.com)

### BRIS ROCHER PRESIDENT DU GII

En septembre, Bris Rocher, Président du Groupe Rocher, a pris la présidence de l'association Green Impact Index. La marque Yves Rocher a elle-même déployé sur son site internet des scorings de ses produits à partir du GII. Une cinquantaine de produits seront évalués d'ici janvier 2025.

<https://groupe-rocher.com>

### UN 3<sup>e</sup> SITE DE PRODUCTION POUR TECHNATURE

Après avoir investi 9 millions d'euros dans ses sites de Dirinon et du Relecq-Kerhuon, Technature prévoit d'investir 10 millions d'euros dans un nouveau site de production et de R&D à Brest, en septembre 2025. La nouvelle usine, qui devrait accueillir un espace pour la cosmétique blanche, un espace de conditionnement et un laboratoire de recherche et développement, emploiera entre 60 et 80 salariés.

[www.tech-nature.com](http://www.tech-nature.com)

### ALBEA A CINQUANTE ANS

Installée depuis 2007 à Parigné-L'Evêque dans la Sarthe, l'entreprise Albea, qui crée des capots de parfums de luxe, fête ses 50 ans. Jusqu'à 40 000 pièces sortent aujourd'hui chaque jour de l'usine de 8 500 m<sup>2</sup>. Albea continue de se développer et prévoit de construire un magasin de stockage dans la dernière parcelle disponible.

[www.albea-group.com](http://www.albea-group.com)

### LESSONIA RECOMPENSEE LORS DE L'OPEN DE L'INDUSTRIE

Lors de la remise des Trophées Crisalide Industrie 2024, plusieurs entreprises bretonnes ont été récompensées pour leurs choix en matière d'innovation durable. Lessonia a reçu un prix dans la catégorie « Réduire les impacts de son activité ». Les retours sur la nouvelle gamme de produits en poudre et de pastilles à réhydrater, de produits à recharger, indiquent une baisse de 50 % de l'empreinte carbone de l'entreprise.

[www.lessonia.com](http://www.lessonia.com)

## Les financements

### PASS EXPORT : FINANCEZ VOTRE PARTICIPATION A COSMOPROF BOLOGNE ET A D'AUTRES SALONS

Les primo-exposants, adhérents à BCI, peuvent se voir attribuer une subvention de 80 % pour exposer sur un espace partagé Bretagne. Une subvention de 50 % des dépenses éligibles (coût de réservation de surface, aménagement) peut être attribuée aux autres exposants, 2 fois maximum pour un même salon. Les salons concernés : Cosmoprof Bologne, In Cosmetics Amsterdam, PLMA Amsterdam, Natexpo.

Outre le Pass Export Salon, découvrez les Pass Export Com, Export RH à temps partagé et Export VIE [sur le site de Bretagne Commerce International](#).

### PLAFI POUR LES EXPORTATEURS

Le Plan d'Action et de Financement (PLAFI), fortement recommandé pour les primo-exportateurs et utile pour un exportateur aguerri, est un outil proposé par Bretagne Commerce International pour vous aider à organiser votre développement international et cibler vos priorités, découvrir les aides possibles. Cet entretien, d'une durée de 2h, avec livrable à la clé, est sans frais pour votre entreprise.

Informations [sur le site de BCI](#).

### APPEL A PROJET « INNOVATION & TRANSITIONS »

A destination des entreprises du territoire de Quimper Bretagne Occidentale, cet appel à projets dotera trois entreprises de 15k€ chacune (subvention à hauteur de 50% maximum) pour la mise en place de leurs projets innovants dans le champ des transitions (environnementales, numériques, sociétales)

Candidatures à déposer avant le 8 novembre.

Informations [sur le site de la Technopole](#).

### PACTE INDUSTRIE – SESSION A CAEN

Le programme Pacte Industrie propose des méthodologies innovantes pour la transition énergétique et la décarbonation. Deux formations complémentaires aident les industriels à financer efficacement leur transition. Informations [sur le site de l'Ademe](#). Prochaine session le 28 novembre à Caen.