



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^e 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. L'intelligence artificielle, en analysant les data recueillies en ligne, optimise la personnalisation des expériences d'achat, rationalise la gestion des stocks et fournit des indications sur 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. De 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 Nouvelle-Aquitaine, plusieurs dispositifs accompagnent les TPE vers des modèles plus responsables en favorisant l'économie circulaire, les circuits courts et l'approvisionnement local.

Informations sur les dispositifs [Aide à l'investissement des transitions – TPE](#), [Aide au conseil stratégique dans les transitions des TPE](#), sur le site 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 : Julie Réal, responsable marques, ELP



Après un master en marketing (Ecole de commerce), Julie Réal rejoint l'entreprise familiale ELP en 2013, après un passage dans un grand groupe, pour s'occuper des marques professionnelles. Son objectif est de comprendre au mieux les attentes des clients coiffeurs, mais également celles des consommateurs, pour leur

apporter des solutions innovantes, éthiques et respectueuses, au travers d'une stratégie engagée et dynamique.

ELP emploie 28 personnes dont 8 en R&D. L'entreprise, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros en 2023, a sorti 30 nouveautés et innovations rien qu'en 2024.

ELP possède 4 marques de cosmétiques pour les professionnels :

- Sublimo (1991) marque de cosmétiques capillaires exclusive professionnels, tournée vers la naturalité, l'innovation et la performance
- Eyrian (2009), marque professionnelle économique
- Défi pour Homme (2012), marque exclusive de cosmétiques masculines (capillaire et skincare), élégante, innovante et hautement performante
- Enaya (2022), marque professionnelle de cosmétiques skincare pour femme, qui allie respect, éthique, sensorialité et efficacité.

L'usine est en lourd projet pour décarboner totalement ses locaux, avec également un nouveau plan d'investissement pour la production, sans oublier les projets d'innovations de recherches.

ELP est adhérent Cosmed depuis 2018. Pour Julie Réal, Cosmed est un très bel outil pour les PME, avec des informations à jour et très pertinentes, et des équipes qui savent répondre présentes. Les interventions sont claires et donnent de vraies réponses, pour décrypter notamment toute la partie réglementaire, parfois difficile à appréhender.

www.sublimo.fr

www.defipourhomme.fr

www.enaya-beaute.fr



Rencontre Cosmetopôle, 8 octobre, La Rochelle : un bilan positif pour cette première journée !

DES PARTICIPANTS DE TOUTE LA FRANCE

70 représentants d'entreprises de cosmétique, de Nouvelle-Aquitaine, mais également de Bretagne, des Hauts-de-France, d'Ile-de-France, d'Occitanie, même de Provence-Alpes Côte d'Azur, se sont retrouvés le 8 octobre dernier à l'occasion de la première rencontre organisée par Cosmed en Nouvelle-Aquitaine. En présence de Françoise Jeanson, Vice-Présidente Santé et Silver Economie de la Région, et de Stéphane Labattut, directeur général cosmétique du groupe Léa, la rencontre du Cosmetopôle a permis de discuter des principaux enjeux liés à l'environnement (réemploi, vrac, notation environnementale), avec l'appui des retours d'expérience partagés par Léa Nature.

DES CONFERENCES INSPIRANTES

Les participants ont profité de la présence de Michèle Simonneau, directrice R&D, Léa Nature, et de Thierry Bourgeois, directeur de la performance industrielle du groupe, pour questionner leurs propres pratiques, s'interroger sur les dispositifs les plus adaptables à leur entreprise. Les fournisseurs ont pu donner des idées de matières à intégrer dans les emballages ou les formules, afin de participer à la circularité de l'économie.

UN THEME QUI RESTE A EXPLORER

Bien que le sujet ait été abordé de manière assez large lors de cette première journée, l'économie circulaire en cosmétique mériterait bien qu'on lui consacre d'autres conférences. Notamment sur la mise en place du règlement PPWR, sur la consigne, sur les problématiques autour des emballages recyclés et des interactions contenant/contenu, sur l'utilisation des ingrédients upcyclés.

Rendez-vous donc en 2025 pour une autre rencontre en Nouvelle-Aquitaine.

Adhérent Cosmed, vous souhaitez rejoindre le comité de pilotage du Cosmetopôle Nouvelle-Aquitaine pour participer au choix de ses actions en région et aider à l'animation de la filière ? Contactez Sophie Hericher à s.hericher@cosmed.fr

Retrouvez nos rapports de veille stratégique
Chaque trimestre, lisez l'information économique et stratégique de la filière. Découvrez le rapport du 3^e trimestre [sur le site de Cosmed](#)

RAPPORT COSMED-SVP

L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET STRATEGIQUE
DES ENTREPRISES DE LA FILIERE COSMETIQUE

3^e Trimestre 2024

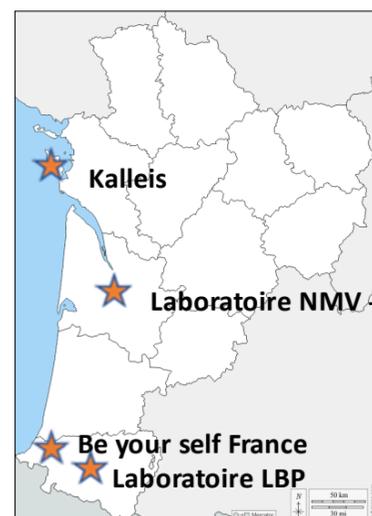
COSMED
ASSOCIATION DES PAYS DE LA FILIERE COSMÉTIQUE

SVP
INFORMATION
ECONOMIQUE



Les adhérents Cosmed dans votre région

Qui sont les nouveaux membres ?



Soin de Soi

Les infos partenaires

RAPPORT DE FIN POUR LE 1^{ER} PARCOURS CEC

Le 15 octobre dernier, la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC) a dévoilé le rapport de fin de son premier parcours. 78 entreprises de la région se sont réunies de septembre 2023 à juin 2024 pour progresser dans la rédaction d'une feuille de route sur l'économie régénérative. Thierry Bourgeois, directeur de la performance industrielle du groupe Léa, y participait.

Consulter le rapport final [sur le site de la CEC](#).

BIOMIMÉTISME SUR L'ÎLE D'OLÉRON

Du 6 au 11 octobre, le Groupement de Recherche (GdR) CNRS BIOMIM a organisé une école thématique « Bio-inspiration, biomimétisme et santé » sur l'île d'Oléron, pour aborder 4 axes principaux : définition(s) du biomimétisme et de la bio-inspiration ; technologies et matériaux bio-inspirés ; modélisation des systèmes vivants ; biomimétisme et innovation thérapeutique.

Parmi les experts présents : Franck Artzner, expert en matériaux bio inspirés avec des applications en oncologie et cosmétique, ou Yanxia Hou-Broutin, spécialiste des nez électroniques biomimétiques. Retrouvez les profils des intervenants ainsi que les résumés des interventions [sur le site du GdR](#).

UNE NOUVELLE CONVENTION CCI-REGION

En septembre, la Région et la CCI Nouvelle-Aquitaine ont renouvelé une convention de partenariat autour de 3 grands axes jusqu'en 2028 : améliorer la compétitivité des entreprises, renforcer la souveraineté régionale et intensifier la RSE.

Les deux institutions veulent accompagner les entreprises sur le chemin de la transition, sous toutes ses formes. Un travail sur l'export sera aussi mené. Les aides découlant de ce partenariat seront financées conjointement par la CCI et la Région.

Retrouvez la contribution des CCI au SRDEII [sur le site de la CCI Nouvelle-Aquitaine](#).



Les échos des entreprises

UNE BIOGRAPHIE SUR DOMINIQUE COUTIERE, FONDATEUR DE BIOLANDES

Journaliste et longtemps responsable du service économie au quotidien Sud-Ouest, Bernard Broustet dresse le portrait de Dominique Coutière, fondateur de Biolandes et l'histoire de l'entreprise.

Pin des Landes et roses de Bulgarie : Dominique Coutière, une aventure industrielle landaise, Bord de L'eau, 216 p.

LEA NATURE LANCE SON PACTE D'ENGAGEMENT

Fin 2023, Compagnie Léa Nature avait retiré de ses statuts sa qualité de société à mission. Aujourd'hui, Léa Nature adopte un « pacte d'engagements général » plus adapté à sa structure, soit 25 engagements répartis sur 5 piliers et intégrés par chacune des sociétés dans leur activité (gouvernance responsable, qualité des produits respectueux de la santé de l'Homme, préservation des ressources naturelles, limitation de l'impact environnemental, développement des contributions citoyennes et sociales).

Consulter le Pacte [sur le site de Léa Nature](#).

NATURE ET STRATEGIE SE RENFORCE

Nature et Stratégie a racheté les Laboratoires Odysud et leur marque de cosmétiques Acorelle, afin de développer ses gammes de cosmétiques bio.

www.nature-et-strategie.com

DIONYMER LAUREAT DU PRIX DE L'ENTREPRENEUR DE L'ANNEE D'EY

Lors de la 32^e édition du Prix de l'Entrepreneur de l'Année d'Ernst & Young, Dionymer a été désignée start-up de l'année. La jeune entreprise, qui est intervenue à la Rencontre du Cosmetopôle début octobre, travaille encore à l'échelle du laboratoire pour produire 1 kg de PHA par mois, mais ambitionne de produire cinquante ou cent fois plus d'ici 2025. Les entreprises de cosmétique testent actuellement ses échantillons.

www.dionymer.com

NAMI BEAUTY INTEGRE CREATIO TECH

Start-up spécialisée dans la fabrication de cosmétiques à base de micro-algues nourries à la bière, Nami Beauty s'installe au sein de la pépinière Créatio Tech. Détentrices du prix Espoir délivré par Bordeaux Technopole, les deux sœurs Naomi et Naëlys Villiot ont ainsi leur propre laboratoire de production. La commercialisation de leurs produits débutera en novembre.

www.namibeauty.fr

Les financements

PROGRAMME REGIONAL USINE DU FUTUR

Vous avez un projet en lien avec l'amélioration de vos performances économiques, environnementales, sociales et sociétales ? La Région vous invite à participer au programme Usine du futur : 5 jours d'analyse terrain de vos besoins, recommandations et plan d'action (sur 12 semaines maximum), 5 jours d'appui méthodologique pour l'amorçage du plan d'actions et la conduite du changement au sein de vos équipes (sur 6 mois maximum), un référent Usine du Futur pour vous aider à identifier et mobiliser des financements : Esmeralda Antunes, chargée de mission Santé et Cosmétique, à la Région :

esmeralda.antunes@nouvelle-aquitaine.fr

Remplir [le formulaire de candidature](#) avant le 18 septembre 2025.

PAS D'ECONOMIES REALISEES SUR France 2030 SELON LE PREFET DE REGION

Alors que les opérateurs livrent un bilan régional du dispositif France 2030, qui a aidé près de 560 projets néo-aquitains avec près d'1,1 milliard d'euros, le Préfet de Région Etienne Guyot annonce qu'« il n'y aura pas d'économies réalisées sur France 2030 ». Au contraire, l'Etat recherche plus de dossiers à accompagner.

Retrouvez les lauréats [sur le site de la Préfecture](#).

Informez-vous sur les AAP en cours et candidatez [sur le site de la CCI Nouvelle-Aquitaine](#).

BILAN DU FONDS IRDI IMPULSION

Depuis la crise du Covid, le fonds Irdi Impulsion, qui a pour mission de soutenir les PME et les ETI, situées en Nouvelle-Aquitaine et en Occitanie, a investi 16 M€ dans 7 entreprises en trois ans.

Rebaptisé « IRDI Capital Investissement », ce fonds élargit son champ d'action pour accompagner la relance.

www.irdi.fr

