

# LA BEAUTE ENGAGEE

## OU COMMENT ALLIER BEAUTE & DEFIS ECOLOGIQUES





## **LA BEAUTE ?**

Maquillage

Parfum

Soin

Hygiène

Pour femmes, hommes,  
enfants, bébés



## **LA BEAUTE ?**

Confort  
Bien-être  
"Soin"  
Paraître  
Statut

Et si la Beauté n'était  
pas futile ?



# BEAUTE ENGAGEE

pour la planète  
pour le bien-être animal  
pour les Hommes

Eco-Responsable

Durable

Santé

⇒ Naturelle, Bio, Clean

# BEAUTE ENGAGEE

Healthy living  
Et Urgence  
environnementale





# LES DÉFIS ÉCOLOGIQUES

- Dérèglement climatique
- Les continents de plastique
- La destruction de la biodiversité
- La déforestation
- Les pesticides
- La raréfaction des terres arables
- La pollution de l'air
- La pollution des eaux
- La pollution de la terre
- La raréfaction des ressources et des énergies renouvelables
- Les déchets

# L'impact de la Beauté

**le secteur de la beauté serait à l'origine de 0,5% à 1,5 % des émissions de GES de la planète**

**•40 % consommation**

- 20 % emballages
- 10 % ingrédients
- 10 % transports
- 5 % points de vente
- - 5 % étapes de conception et de fin de vie des produits cosmétiques.

[It's Time to Make up the Future](#) » 2020 cabinet de conseil suisse Quantis.





# L'impact de la Beauté

Source de pollution  
Création de déchet  
Gâchis  
Consommation de ressources épuisables

➤ **Réenvisager l'Economie de la Beauté**



# Loi AGEC : anti gaspillage pour une économie circulaire

## Les 5 axes :

1. Abandonner le plastique jetable
2. Informer le consommateur
3. Agir sur le gaspillage et le réemploi solidaire
4. Lutter contre l'obsolescence programmée
5. Créer des modèles de production durable





# Des consommateurs:

Exigeants

Responsables à Activistes

Acteurs de leur consommation

Ultra-informés

Concernés à Engagés



## Des consommateurs: qui veulent

- ✓ **34% +6,1pts** Consommer moins mais mieux
- ✓ **76%** Authenticité, Transparence
- ✓ **77%** Traçabilité
- ✓ Sécurité
- ✓ Qualité
- ✓ Durabilité
- ✓ Cosm'acteur

*Kantar France 2021*





## Des consommateurs: impliqués

- ✓ Composition **44%**
- ✓ Actifs naturels **57%**
- ✓ Le Driver : BIO **31%** achat GMS  
**41%** en magasin BIO  
(*alerte 2022 !*)

Vegan, "sans", cruelty free, Ethique,  
Equitable

- ✓ Achat Local : **63% +6pts**

*Kantar France 2021*





- ✓ La marque est moins gage de qualité et de sécurité,
- ✓ Elle est en perte d'attachement

*Kantar France 2021*



À l'avenir, les consommateurs demanderont à connaître le « qui », le « où » et le « comment », derrière chaque produit.

*Étude Wella weDo/Professional. Sondage auprès de 2 000 adultes France.*



Attentifs aux engagements  
des marques et à la façon  
dont elles les appliquent

*2e Édition du Baromètre Contributing®*

# Les Valeurs sont au cœur des enjeux

SOCIALES  
CONDUITE  
RELATIONNELLES  
SOCIETALES  
CONQUÊTE  
MORALES  
COMPETENCE  
EPANOUISSEMENT





**Les marques**  
face à l'impératif  
d'engagement

**Les consommateurs**  
prêts à renoncer aux  
marques non  
contribuantes



**84%** pourraient  
abandonner une marque  
qui ne se comporte pas  
de **manière responsable**

*2e Édition du Baromètre Contributing®*

**77%**

des marques  
pourraient disparaître dans l'indifférence  
quasi générale

*2e Édition du Baromètre Contributing®*



**On veut des Marques  
Contribuantes !**

**Des actes !**

**Des preuves !**



SOCIALES  
CONDUITE  
RELATIONNELLES  
SOCIETALES  
MORALES  
CONQUÊTE  
COMPETENCE  
EPANOUISSEMENT



**L'enjeu n°1 :**  
**les dimensions**  
**écologiques**



**RECYCLER**  
**RÉDUIRE**  
**RÉUTILISER**

Réduire → Réutiliser → Recycler





# Economie circulaire



# Eco-packaging

Plastique recyclé

Carton recyclé

Papier recyclé

Aluminium

Verre



# Eco-packaging



## **REN Clean Skincare**

Du plastique issus des océans et une nouvelle technologie de recyclage du plastique :  
la **pyrolyse** pour régénérer le plastique

# Eco-packaging



Biosourcé  
Upcyclé  
Problématique  
du recyclage  
Recharge  
Refill - Vrac





# Eco-packaging

## SULAPAC



# Eco-galéniques





# Eco-ingrédients



## Microalgues



**LE ROUGE  
FRANÇAIS**  
PLANT BASED MAKEUPOLOGY



ecl9

La première marque de maquillage  
entièrement naturelle  
qui contribue à régénérer la planète

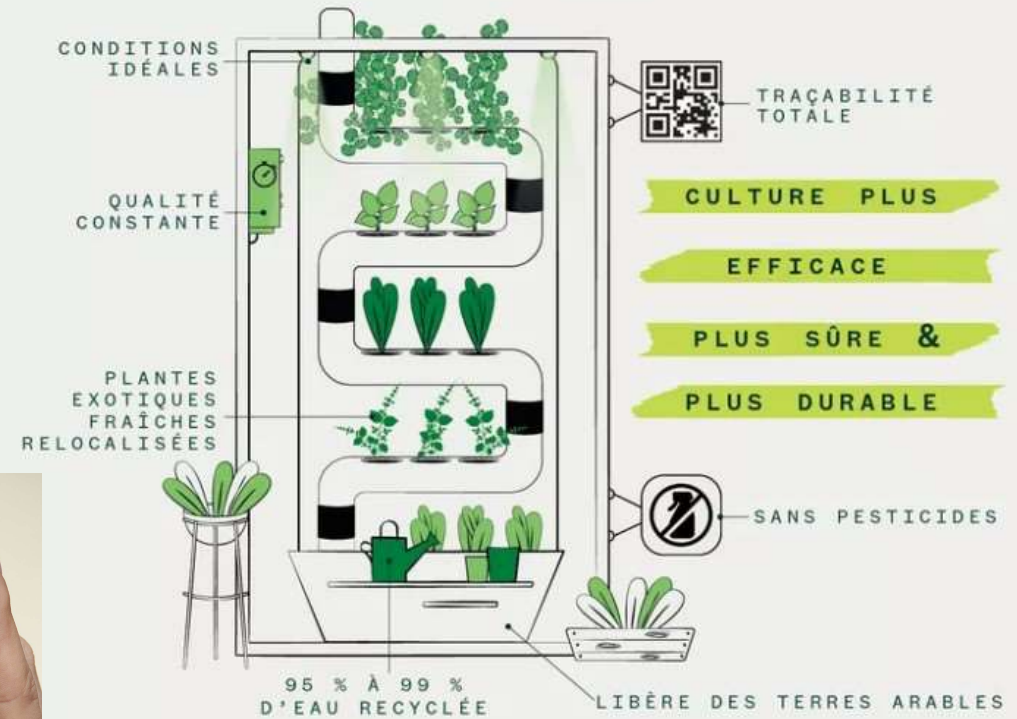
# Eco-ingrédients



Fermes  
verticales



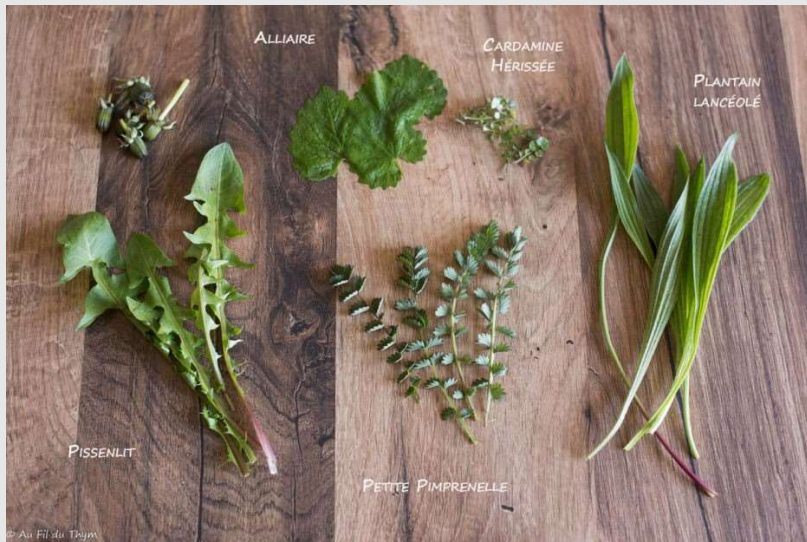
LA 1<sup>ère</sup> MARQUE DE BEAUTÉ À UTILISER  
L'AGRICULTURE VERTICALE





# Eco-ingrédients

## Plantes sauvages



# Eco-ingrédients

Terres Agricoles, Local, Cultivateurs





# Eco-ingrédients

## Biotechnologies



## Semences paysannes



# Eco-ingrédients

## Upcycling



**Pro pice**  
PARIS

La beauté S.U.R. naturelle  
Science Upcyclé Responsable

**SÉRUM**  
GRAINE DE LUMIÈRE  
Protecteur & Décolorant  
Aux actifs upcyclés

**CRÈME**  
PULPE D'ÉCLAT  
Lissante & Énergisante  
Aux actifs upcyclés

UPCYCLING  
+ de 77%  
d'ingrédients upcyclés

UPCYCLING  
+ de 70%  
d'ingrédients upcyclés

Pour une peau plus lisse, rechargée en vitalité & rayonnante

**BIO**  
COSMOS  
ORGANIC



# LE *RECYCLAGE* ET L'*UPCYCLING* À CHAQUE ÉTAPE

## 1 **Extrait de fleurs de crocus upcyclées**

Récupération des pétales  
de crocus co-produit  
du safran

*Antioxydant  
et photoprotection*



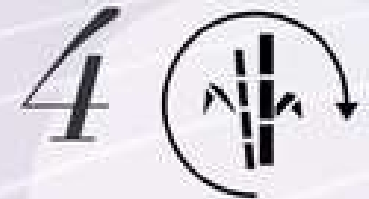
## 2 **Récupération de l'eau active co-produit du citron Bio**

Diminution de +50%  
de l'eau osmosée

*Éclat du teint, dynamisant  
et astringent.*



CONTENANT EN VERRE  
À 90% RECYCLÉ



ÉTUI 100% ISSU DE RÉSIDUS  
DE CANNE À SUCRE BIOSOURCÉ  
ET COMPOSTABLE



## NOS INGRÉDIENTS *UPCYCLÉS*



### CO-PRODUIT ISSU DE LA FLEUR DE CROCUS

Récupération des pétales de crocus suite au processus de fabrication du safran

*Propriétés : Antioxydant et photoprotection*



### CO-PRODUIT DU CITRON BIO

Récupération de l'eau active par flash distillation

*Propriétés : Éclat du teint, dynamisant et astringent*



### CO-PRODUIT ISSU DU FIGUIER DE BARBARIE

Récupération des cladodes suite au processus d'opérations d'élagages

*Propriétés : Hydratant immédiat et longue durée, régénérant*



### CO-PRODUIT ISSU DE LA PRODUCTION DE L'HUILE D'AMANDE

Récupération des graines suite au processus de fabrication de l'huile d'amande

*Propriété : Détoxifiant, anti-rides, anti-pollution, effet réparateur*



### CO-PRODUIT ISSU DES ÉCORCES DU PIN BLANC

Récupération des écorces suite au processus de fabrication du bois et du papier

*Propriétés : Eclat du teint, teint uniforme, réduit les taches brunes*

# Associations





**OBJECTIF 135 MILLIONS D'ARBRES**  
**MERCI GRÂCE À VOUS**  
**1 0 4 3 7 7 2 6 4**  
**D'ARBRES PLANTÉS DANS LE MONDE**

## C H A N T E C A I L L E



Océans vibrants



Colibris d'Amazonie



Un rouge à lèvres, un arbre







# ECOBEAUTYSCORE

36 entreprises mondiales de la beauté lancent le **consortium EcoBeautyScore**.

⇒ définir un système de notation commun de l'impact environnemental des produits cosmétiques  
⇒ Avec le cabinet Quantis





# Santé et Bien-être

Un secteur qui doit contribuer davantage

**44%** devrait contribuer davantage

*2e Édition du Baromètre Contributing®*





## Des valeurs & engagements peu lisibles

**45 %** des Français ne parviennent pas à citer spontanément une marque engagée

*2e Édition du Baromètre Contributing®*

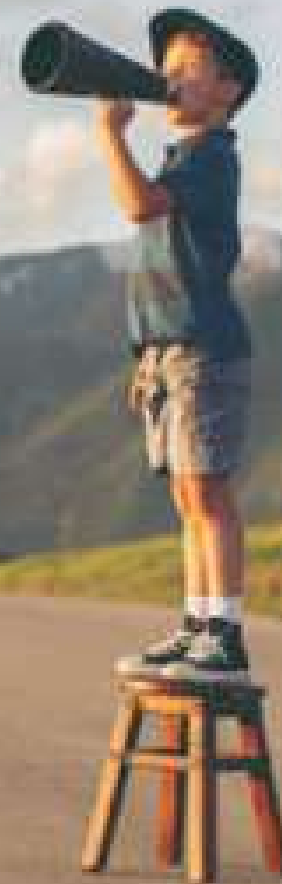


*Les Marques font  
peut-être toutes  
pareil*

*.....  
Peut-être pas  
suffisamment ....*

*....ou elles  
manquent de  
SENS et de  
crédibilité*

*«Le sens» est désormais une force puissante qui aide les entreprises à renforcer leurs relations avec les consommateurs et à améliorer leur compétitivité”. Accenture*



# La longueur d'avance des Start'up







**RAISON D'ÊTRE :**  
**créer un monde durable,**  
**sans impact, pour tous**

**VALEURS :**  
Impact zéro, proximité, simplicité,  
éducation

**COMMENT :**  
Des produits solides, packs  
minimalistes, sains & naturels qui  
réduisent les déchets dans la maison







## QUOI / PREUVES

- produits solides, de la salle de bain à la cuisine et au ménage
- Des produits « écolonomiques »
- Production Made in France et le +locale possible
- Un écolieu
- Des engagements associatifs
- Des ateliers zéro déchets
- Prêt obligataire



# cozie

**RAISON D'ÊTRE :**  
**Rendre chacun acteur de la transition écologique**

**VALEURS :**  
Impact, Simplicité, Optimisme et Authenticité

**COMMENT :**  
en proposant des cosmétiques en vrac qui réduisent notre impact environnemental



# cozie

## QUOI / PREUVES

- Machine de vrac et recharge consignée
- Packaging en verre 100% recyclable à l'infini et réutilisable
- Made in France
- Ingrédients issus de l'agriculture biologique
- Transparence des formules
- Recyclage des pompes
- Livraisons neutres en émission de CO2
- Banque éthique, solidaire et écologique
  
- Développement en marque blanche







**RAISON D'ÊTRE :**  
rendre la beauté moderne éco-  
consciente

**VALEURS :**  
Elever, Exalter, Partager

**COMMENT :**  
en proposant des soins puissants pour la  
peau et éco-conçus, issus d'une nature  
boostée par la science, dans une  
démarche d'innovation responsable





## QUOI / PREUVES

- L'éco-farm
- Expertises et efficacités ingrédients
- Minimalisme des formules
- Rituels courts
- Packaging recyclés et recyclables





**RAISON D'ÊTRE :**  
**la Beauté régénérative**

**VALEURS :**  
Impact, Régénérer, Essentialité,  
Proximité (Made in France)

**COMMENT :**  
en élaborant des produits aussi bons  
pour la peau que pour la planète :  
capables de « régénérer » les deux





## QUOI / PREUVES

- Beauté régénérée
- Ingrédients régénérateurs
- Formules naturelles & bio
- Circuit court
- Transformation responsable
- Packaging éco-conçus







## RAISON D'ÊTRE : la beauté écologique de demain

**VALEURS :**  
0 déchet, valorisation (upcycling),  
Responsabilité, Expertise, Efficacité

**HOW :**  
en proposant des soins issus de la  
logique d'économie circulaire, pour une  
valorisation positive

Pro pice PARIS  
La beauté S.U.R. naturelle  
Science. Upcyclé. Responsable

SÉRUM  
GRAINE DE LUMIÈRE  
Protecteur & Déodorant  
Aux actifs upcyclés

CRÈME PULPE D'ÉCLAT  
Lissante & Énergisante  
Aux actifs upcyclés

UPCYCLING  
+ de 77%  
d'ingrédients upcyclés

UPCYCLING  
+ de 70%  
d'ingrédients upcyclés

Pour une peau plus lisse, rechargée en vitalité & rayonnante

COSMOS ORGANIC



## QUOI / PREUVES

- Ingrédients upcyclés
- Packaging upcyclés
- Efficacités brevetées
- Formules naturelles & bio
- Made in France

Pro pice PARIS  
La beauté S.U.R. naturelle  
Science. Upcyclé. Responsable

UPCYCLING  
+ de 77%  
d'ingrédients upcyclés

SÉRUM  
GRAINE DE LUMIÈRE  
Protecteur & Déodorant  
Aux actifs upcyclés

UPCYCLING  
+ de 70%  
d'ingrédients upcyclés

CRÈME  
PULPE D'ÉCLAT  
Lissante & Énergisante  
Aux actifs upcyclés

Pour une peau plus lisse, rechargée en vitalité & rayonnante

BIO  
COSMOS  
ORGANIC

# Une situation complexe

1. La conjoncture inflationniste actuelle = baisse du pouvoir d'achat
2. Une Beauté Engagée qui reste chère, non accessible à tous
3. Le « gap » croissant entre « intention d'achat » et « réalité d'achat » :

**60%\*** ont l'intention d'acheter des packs plus écoresponsables

**24%\*** achètent vraiment sans plastique, régulièrement

\* *Kantar Who cares Who does 2021 Monde*

# Une situation complexe

4. Big Issues\* : le Climat en **3eme position** après l'Economie et la Guerre
5. Pour la 1ere année\*, les Eco-Actifs baissent **-4pts** au profit des Eco-Réfractaires **+7pts**
6. **53%\*** Méfiance dans le discours des marques : trop de com'

\* Kantar Who cares Who does 2021 Monde



# Quelle **Beauté Engagée** pour demain ?

1. Incarne les défis écologiques
2. Porte des actions visibles, concrètes et qui ont du sens
3. Est porte-drapeau des Innovations contributantes
4. Impacte positivement
5. Avec un focus sur celles liées à la Terre
6. Diversifie les champs d'action
7. Propose une plus large couverture de prix
8. Facilite les usages
9. Améliore les bénéfices
10. Eduque - Incite au consommer « moins et mieux » ?

# Quelle **Beauté Engagée** pour demain ?

L'Impact des Leaders

Le Dynamisme des Petits qui bousculent les codes, ouvrent le champs des possibles, répondent au plus proche du consommateur

Merci !

