

h e g

Haute école de gestion
Genève

Enjeux éthiques salutaires et environnementaux de l'industrie cosmétique

Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Danaé GIRASOLI

Conseiller au travail de Bachelor :

Eric MAEDER, chargé d'enseignement

Genève, le 11 juillet 2024

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière Économie d'Entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de Bachelor of Science en économie d'entreprise.

L'étudiante atteste avoir réalisé seule le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. Elle atteste par ailleurs que le travail rendu est le fruit de sa réflexion personnelle et a été rédigé de manière autonome. Ce travail a, en outre, été soumis pour analyse par le logiciel de détection de plagiat préconisé par la filière.

L'étudiante accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteure, ni celle du ou de la conseiller-ère au travail de Bachelor, celle du juré-e ou celle de la HEG.

Remerciements

Je tiens à remercier les personnes que j'ai contactées et qui ont accepté de m'accorder du temps pour mener à bien mon travail. Je remercie également celles qui ont répondu à mon sondage et l'ont partagé avec leur entourage. Toutes ces interactions et réponses ont été essentielles à l'accomplissement de mon analyse.

Je souhaite remercier mon conseiller, Monsieur Maeder, qui m'a accompagné et conseillé tout au long de ce travail de Bachelor, tout en me laissant la liberté de prendre certaines décisions.

Pour terminer, je remercie mes proches pour leur soutien au cours de mes trois années de formation.

Résumé

Dans un contexte où la demande des consommateurs pour des produits durables et éthiques ne cesse de croître, l'industrie cosmétique se retrouve face à des défis majeurs. Les acheteurs, de plus en plus sensibles aux enjeux environnementaux et sanitaires, exigent une transparence et une responsabilité de la part des marques de cosmétiques.

L'objectif de ce travail est d'analyser les impacts de l'industrie cosmétique sur la santé et l'environnement, tout en explorant les enjeux éthiques auxquels elle doit répondre pour satisfaire les attentes des consommateurs.

Après une introduction du contexte et des définitions de l'industrie cosmétique, cette thèse expose les réglementations sanitaires et environnementales afin de comprendre les contraintes imposées. En parallèle, ce travail analyse les conséquences sur la santé et l'environnement de ce secteur afin de déterminer l'efficacité de ces réglementations. Ces recherches révèlent une pollution marine et terrestre significative ainsi que de nombreux problèmes de santé liés à l'utilisation et à la fabrication des produits cosmétiques, malgré un cadre légal prescrit.

L'analyse PESTEL a permis de comprendre les facteurs externes influençant le secteur, tandis que l'entretien, le sondage et le témoignage ont fourni des perspectives sur les défis entrepreneuriaux, les perceptions et les attentes des consommateurs de cosmétiques. Ces derniers accordent une attention particulière à leur santé, à leur bien-être et aux conséquences environnementales.

Enfin, ce travail propose des recommandations pour guider les acheteurs vers des choix plus durables et responsables. En prenant conscience des impacts de leurs habitudes d'achat et en les modifiant, grâce à des recherches préalables, ils peuvent satisfaire leurs propres critères éthiques, tout en minimisant les effets néfastes.

Table des matières

Déclaration	i
Remerciements.....	ii
Résumé.....	iii
Liste des tableaux	vii
Liste des figures	vii
1. Introduction	1
1.1 Origine.....	1
1.2 Marché.....	3
1.3 Problématique	4
2. Définitions.....	5
2.1 Industrie	5
2.2 Produits cosmétiques	5
2.3 Enjeu éthique.....	5
2.4 Cosmétique éthique.....	6
3. Attentes des consommateurs	7
4. Labels	9
5. Méthodologie.....	11
6. Analyse PESTEL	13
6.1 Politique	13
6.2 Économique.....	14
6.3 Sociologique.....	14
6.4 Technologique	16
6.5 Environnemental.....	17
6.6 Législatif	18
7. Réglementations	20

7.1	Réglementations sanitaires	20
7.2	Réglementations environnementales	23
7.2.1	Plastic Act	24
7.2.2	Microplastique.....	25
8.	Impacts	27
8.1	Impacts sanitaires	27
8.1.1	Études.....	27
8.1.2	Ingrédients toxiques	28
8.1.3	Effet cocktail	28
8.1.4	Sephora Kids	29
8.2	Impacts environnementaux	31
8.2.1	Ingrédients toxiques	32
9.	Analyse des résultats	33
9.1	Interview	33
9.1.1	Entreprise	33
9.1.2	Processus de création	33
9.1.3	Environnement.....	34
9.1.4	Consommateurs	35
9.2	Sondage	38
9.2.1	Profils	38
9.2.2	Fréquence.....	40
9.2.3	Budget.....	42
9.2.4	Achat.....	44
9.2.5	Santé et perception	48
9.3	Témoignage	50
10.	Synthèse	52
10.1	Synthèse PESTEL	52
10.2	Synthèse des réglementations	53

10.3 Synthèse des impacts	55
10.3.1 Impacts Sanitaires	55
10.3.2 Impacts Environnementaux.....	55
10.4 Synthèse des résultats.....	56
10.4.1 Rencontres	56
10.4.2 Sondage.....	57
11. Recommandations.....	59
11.1 Sensibilisation, recherches et IA	59
11.2 Cosmétiques labellisés, naturels ou solides.....	60
11.3 Applications et plateformes d'évaluation	60
11.4 Minimiser sa consommation	61
12. Conclusion.....	62
Bibliographie	63
Annexe 1 : Ingrédients toxiques pour la santé.....	80
Annexe 2 : Ingrédients toxiques pour l'environnement.....	84
Annexe 3 : Questions pour l'entreprise	87
Annexe 4 : Sondage en ligne	88
Annexe 5 : Prompt ChatGPT	93

Liste des tableaux

Tableau 1 : Perception de l'éthique.....	46
Tableau 2 : Classement des produits selon images.....	49
Tableau 3 : Synthèse de l'analyse PESTEL	52
Tableau 4 : Synthèse des réglementations sanitaires.....	53

Liste des figures

Figure 1 : Recette baume à lèvres.....	15
Figure 2 : Atelier réalisé avec une association environnementale	15
Figure 3 : Source des microplastiques dans l'océan	26
Figure 4 : Impact environnemental d'un produit.....	31
Figure 5 : Profils des répondants	38
Figure 6 : Nombre d'utilisateurs	39
Figure 7 : Raisons du non-usage	39
Figure 8 : Age et sexe des utilisateurs.....	40
Figure 9 : Fréquence d'utilisation des cosmétiques.....	40
Figure 10 : Fréquence d'utilisation et nombre de produits	41
Figure 11 : Relation entre le sexe et le nombre de produits utilisés	42
Figure 12 : Dépenses mensuelles.....	42
Figure 13 : Dépenses mensuelles et nombre de produits utilisés.....	43
Figure 14 : Sexe et dépenses mensuelles.....	43
Figure 15 : Age et dépenses mensuelles.....	44
Figure 16 : Critères d'achat	44
Figure 17 : Non considération lors de l'achat.....	45

Figure 18 : Ingrédients évités	45
Figure 19 : Représentation du maquillage	47
Figure 20 : Prompt IA	59

1. Introduction

Dans une société où l'apparence et la beauté sont omniprésentes (Barth 2023), l'industrie cosmétique joue un rôle central dans cette quête d'esthétisme (O'Quin 2018). Pour répondre à cet esthétisme, nous devons correspondre à de nombreux critères physiques et des standards de beauté. Ces derniers, bien que variables selon la culture, le lieu et l'époque, existent depuis l'Antiquité (Hinry 2022).

L'industrie cosmétique influence non seulement les normes de beauté mais elle soulève également des préoccupations en matière de santé et d'environnement. Cette thèse examine les enjeux éthiques auxquels ce secteur est confronté, notamment envers la société, ainsi que les impacts potentiels sur la santé humaine et les défis environnementaux.

Pour comprendre la cosmétique d'aujourd'hui, revenons d'abord à son origine.

1.1 Origine

Le terme « cosmétique » dérivé du grec ancien « kosmeo » signifie arranger ou ordonner (La langue française 2024). Il trouve ses origines dans l'Égypte ancienne, bien avant son étymologie grecque (Cartwright, Cartwright 2019).

Grâce à des fouilles archéologiques, des palettes de maquillages et autres produits ont été découverts sur des sites égyptiens (Eassafe 2019). En l'an 3200 avant J.-C., les Égyptiens mélangent des ingrédients naturels (Donaire 2023, pp. 1-4) afin d'obtenir du maquillage, tel que des poudres ou du khôl pour les yeux, ou encore diverses crèmes. Utilisés par les femmes, les hommes et même les enfants, les cosmétiques prennent plusieurs rôles : embellir sa peau, la protéger du soleil ou des moustiques, la soigner, ou encore éloigner le mauvais œil (Renier 2018).

Des parfums ont aussi été découverts dans un tombeau égyptien (Talik 2022). Composés de fleurs et d'ingrédients végétaux, la parfumerie égyptienne est sacrée, elle a une place importante dans la religion. Elle est notamment utilisée comme accès à l'éternité, en tant qu'offrande ou à des fins de communication avec les divinités (Achhab 2022).

A cette période déjà, l'apparence a une grande importance et les critères de beauté sont bien définis (Renier 2018). Toutefois, la cosmétique symbolise également les classes sociales et les valeurs religieuses (Donaire 2023, pp. 1-4).

Avec l'évolution et les avancées scientifiques, l'industrie de la beauté a pris une tout autre place dans le quotidien des consommateurs, développant ainsi un processus de création différent. Bien loin de l'idéologie religieuse de l'Égypte antique, aujourd'hui les utilisateurs de cosmétiques y voient d'autres bénéfices, comme le bien-être et la confiance en soi (FEBEA 2015).

Concernant les ingrédients, avec l'évolution de la chimie, les composants des produits ne sont plus toujours d'origine naturelle. Cette transition vers des molécules synthétiques a pour but d'améliorer certaines caractéristiques, telles que la consistance, la conservation ou le principe actif (Brénom, Roussel 2018). L'introduction de la chimie de synthèse a permis une expansion des possibilités en matière de formulation et de développement de produits cosmétiques plus sophistiqués (Plainfossé 2020, p. 18). Ceci a permis aux entreprises d'élargir leurs gammes de produits afin de répondre aux attentes des acheteurs (Plainfossé 2020, p. 18).

Bien que les normes de beauté aient toujours existées, l'essor des marques de cosmétiques les ont également influencées et renforcées (Les Echos 2014). La croissance du nombre d'entreprises (Bouleau 2023, p. 6) a permis à l'industrie de s'approprier la définition de la "beauté" (Jones 2014), notamment à travers les messages publicitaires (Seghir 2023), rendant les consommateurs en quête de perfection, souvent irréalisable (Borau, Vernet [sans date], p. 13).

En moyenne, les femmes utilisent entre 9 et 15 produits de beauté chaque jour, ce qui correspondrait à 515 composants chimiques (Dr Jones, Pr Selinger 2015). Quant aux hommes, ils se servent en moyenne de 11 produits chaque jour, un chiffre qui a presque doublé en l'espace de 20 ans (Collins 2023).

Pour le secteur cosmétique, les consommateurs suisses et français dépensent en moyenne 25 francs/euros par mois (OpinionWay 2023; BusinessFrance 2019, p. 2).

1.2 Marché

En plus d'occuper une grande place dans notre quotidien, le secteur de la cosmétique joue un rôle économique important. En effet, il devient le second contributeur de la balance commerciale mondiale en 2023, après l'aéronautique (Monnier 2024). Le marché, qui ne s'est pas laissé déstabiliser par la crise de COVID-19 (Monchau 2021), est en pleine expansion. Le taux de croissance annuel des ventes s'est situé autour de 4 à 6% entre 2015 et 2022 et il devrait atteindre 8% dans les prochaines années (Amed et al. 2023).

En 2023, le marché mondial du secteur représente plus de 400 milliards de dollars et il est estimé à plus de 800 milliards de dollars d'ici 2033 (Spherical Insight 2024; Bundele, Deshmukh 2023). En Suisse, en 2023, le marché des cosmétiques représente un chiffre d'affaires de 2'000 millions de francs suisse (SKW 2024; Euromonitor 2024). On compte également une augmentation dans la vente de maquillage destiné aux hommes, avec 166 millions de francs, en Suisse, durant l'année 2022 (Jeannet 2022). En France, le secteur génère en 2023 un chiffre d'affaires de 30,4 milliards d'euros (FEBEA 2023a) portant le titre de premier exportateur mondial de produits de beauté (OEC 2023). Ses exportations atteignent un revenu de 21,3 milliards d'euros (Monnier 2024).

Dans cette situation économique florissante, les cinq marques les plus valorisées mondialement sont, dans un ordre décroissant, L'Oréal, Esthée Lauder, Gillette, Nivea et enfin Guerlain avec une valeur totale de 38,99 millions de dollars en 2022 (Brand Finance 2022).

Dans un contexte où la demande en produits de beauté n'a cessé de croître, de manière quasi-constante depuis près de vingt ans (L'Oréal 2024), une question se pose : quelles sont les incidences de cette consommation sur l'environnement et la santé publique ?

De plus, la société actuelle évolue vers des préoccupations écologiques et sanitaires (Fletcher 2023). Il est donc important de prendre connaissance des impacts du secteur de la beauté sur le long terme.

1.3 Problématique

Ce travail de Bachelor s'intéresse à l'étude du marché cosmétique. En tant que consommatrice de produits cosmétiques, je constate la difficulté pour les clients, qui ne sont pas familiarisés avec le langage scientifique, d'évaluer la composition d'un produit. Dans ce contexte, plusieurs questions en découlent. Dans quelle mesure la composition des cosmétiques est-elle importante ? Quelles-en sont les incidences sur la santé et l'environnement ? Quel est le rôle de la législation envers les consommateurs et la planète ? Comment les attentes des utilisateurs évoluent ? Quelle place prennent les produits cosmétiques dans leur quotidien ?

Au cours de ce travail, nous allons donc étudier *quels sont les enjeux éthiques de l'industrie cosmétique pour satisfaire les attentes des consommateurs, et quelles sont les conséquences actuelles en matière de santé et d'environnement ?*

L'objectif est de saisir l'impact de cette industrie sur la santé et l'environnement et de proposer aux consommateurs une meilleure compréhension du marché pour une approche plus éclairée et responsable.

2. Définitions

La définition de ces notions nous permettra de mieux comprendre le lien entre l'industrie cosmétique, la santé et l'environnement.

2.1 Industrie

Une industrie représente

« les activités économiques qui combinent des facteurs de production (installations, approvisionnements, travail, savoir) pour produire des biens matériels destinés au marché. » (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques 2021)

2.2 Produits cosmétiques

« On entend par produit cosmétique toute substance ou préparation destinée à être mise en contact avec les diverses parties superficielles du corps humain, notamment l'épiderme, les systèmes pileux et capillaire, les ongles, les lèvres et les organes génitaux externes, ou avec les dents et les muqueuses buccales, en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect, de les protéger, de les maintenir en bon état ou de corriger les odeurs corporelles. » (République française 2024)

Il existe différentes catégories de produits cosmétiques :

- **Les produits pour la peau** : Les crèmes, lotions, maquillages, poudres, fonds de teint, crèmes solaires, produits de rasage, etc.
- **Les produits d'hygiène** : Les savons, déodorants, hygiène dentaire, hygiène intime, etc.
- **Les produits capillaires** : Les colorations, laques, shampoings, etc.
- **Les autres produits** : Les parfums, vernis à ongles, etc. (Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé 2021)

2.3 Enjeu éthique

Un enjeu est défini comme « ce que l'on peut gagner ou perdre ». (Le Robert Dictionnaire 2024). L'éthique, dont l'origine grecque signifie mœurs, est défini comme « la morale, les valeurs et les règles de conduite. » (L'internaute 2021).

Nous caractérisons donc un enjeu éthique comme étant une situation dans laquelle des valeurs morales entrent en conflit ou soulèvent des dilemmes moraux. Cela peut impliquer des décisions concernant ce qui est juste ou moralement acceptable dans un contexte donné. Les enjeux éthiques sont souvent complexes et peuvent avoir des implications importantes pour les individus ou la société dans son ensemble (Brücker, Mäder 2023).

2.4 Cosmétique éthique

Dans le contexte de l'industrie cosmétique, ce concept peut être défini comme la commercialisation de produits respectueux de la société et des écosystèmes (Guerrier 2019), englobant la population, l'environnement et le règne animal (Willot 2018).

Le processus de production des cosmétiques doit satisfaire différentes normes et critères tout en respectant le principe de transparence envers les consommateurs (Ecocert 2023). Ces conditions de fabrication seront développées dans la partie réglementations de l'analyse.

L'éthique inclut aussi un aspect de durabilité, notamment dans la sélection des ressources nécessaires à la création d'un produit et de son emballage (Le Theuf 2023). La gestion des déchets et la consommation d'énergie font également partie du respect de l'environnement (Santi 2024).

Les implications éthiques mentionnées dans cette étude, sont d'ordre environnementales et sanitaires, puisqu'en effet, elles sont corrélées. Par exemple, l'utilisation de substances toxiques dans les produits cosmétiques peut engendrer des risques pour la santé des consommateurs, tout en ayant un impact néfaste sur les écosystèmes. De même, les pratiques de production non responsables peuvent contribuer à la dégradation de l'environnement, entraînant des conséquences néfastes pour la santé humaine. (WECF France 2022)

Par conséquent, l'industrie cosmétique est liée à l'environnement et à la santé par ses méthodes de production et l'utilisation des matériaux et des substances dans la fabrication des produits. En respectant les principes éthiques mentionnés précédemment, les entreprises de l'industrie minimisent les répercussions sur la santé des travailleurs et des consommateurs, ainsi que sur la qualité de l'environnement. (Sejournet 2020, pp. 13-14)

3. Attentes des consommateurs

Les attentes des consommateurs jouent un rôle important dans les enjeux éthiques auxquels font face les entreprises cosmétiques, puisqu'elles doivent s'y adapter. (Sejournet 2020, p. 25)

Le marché de la cosmétique est cible de critiques (Butterly 2017) depuis de nombreuses années (Cruelty Free International 2024). Notamment d'un point de vue éthique (Fletcher 2023). En effet, l'industrie a longtemps banalisé l'utilisation des animaux au travers des tests de produits et d'ingrédients avant la commercialisation au grand public (Fletcher 2023). Le nombre d'animaux soumis à ces expérimentations est estimé à 300'000 par année (PETA 2022). Pointé du doigt par les consommateurs et les organisations de protection des animaux pour ces pratiques (Jouglu 2022; Gingras 2019), l'Union Européenne met en place en 2013 une réglementation interdisant la commercialisation d'ingrédients ou de produits finis testés sur les animaux (Parlement Européen 2009, p. 71, art. 18). Ce mouvement Cruelty Free a permis l'étendue de cette législation dans différentes régions du monde (Chitrakorn 2016).

Bien que cette réglementation soit encore sujette aux déviances et n'est pas respectée mondialement (Guerre 2019), la demande pour des produits cosmétiques Cruelty Free et végan prend de l'ampleur (Singh 2024). Les consommateurs se sentent concernés et impliqués quant au respect du bien-être animal (Grappe et al. 2024). Effectivement, selon un sondage réalisé en 2017, 74% des consommateurs cesseraient d'acheter leur marque de cosmétique favorite s'ils apprenaient qu'elle effectue des tests sur les animaux (YouGov 2017).

Parallèlement à cette notion de respect animal, la société actuelle accorde une attention accrue à sa santé (Fletcher 2023).

Un rapport réalisé par Klarna France démontre que les utilisateurs de cosmétiques souhaitent que leurs produits reflètent leur mode de vie et leurs préoccupations environnementales et éthiques (Klarna 2022). Parmi les personnes interrogées, 78% accordent une importance à la transparence de la marque envers ses consommateurs concernant la composition des produits et la durabilité. Les répondants ont exprimé leur volonté d'acheter des produits plus respectueux d'un point de vue environnemental et sanitaire (Klarna 2022). Enfin, selon ce sondage, pour 71% de ces consommateurs, la santé et le bien-être priment sur leur apparence (Klarna 2022).

Une augmentation du chiffre d'affaires du secteur cosmétique naturel, a été observé depuis 2019 (Statista Consumer Market Insights 2024). Moins néfastes pour l'environnement et pour la peau, ils répondent davantage aux besoins des clients.

Concernant l'environnement, les exigences de durabilité résident principalement dans les emballages recyclés ou rechargeables, réduisant le gaspillage et l'impact carbone (Scott-Brigs 2024). En effet, grâce aux innovations actuelles, il est possible de proposer des contenants fabriqués avec des matériaux plus responsables. Les compositions naturelles et biologiques permettent de minimiser les impacts environnementaux (Scott-Brigs 2024).

Une tendance qui résume toutes ces exigences est celle de la « Clean Beauty », apparue il y a quelques années et qui a récemment pris de l'ampleur. Elle consiste à faire attention aux produits qu'on applique sur notre peau, avec un accent sur les ingrédients, la durabilité et la transparence. Cette tendance vient des Etats-Unis, où les réglementations en matière de protection ne sont pas aussi strictes qu'elles le sont en Europe (FashionNetwork 2023). La tendance des cosmétiques naturels et des emballages minimalistes a été influencée par la Génération Z, puisqu'elle est sensible à l'éthique et à la responsabilité sociétale des entreprises. Par ailleurs, ces consommateurs sont également attentifs à l'inclusion. Dans le secteur de la cosmétique, il s'agit par exemple d'inclure les différentes ethnies et sexes, en proposant des produits adaptés pour tout le monde (Prodigia 2023).

Pour les entreprises, il est important de savoir s'adresser et satisfaire cette génération afin d'éviter les boycotts ou une diffusion d'images dégradantes qui se propagent notamment sur les réseaux sociaux (Prodigia 2023).

Pour conclure, les attentes actuelles en matière d'éthique concernent principalement la responsabilité des entreprises à produire en respectant l'environnement et la santé, tout en faisant preuve de transparence envers les consommateurs.

4. Labels

Un label est une

« étiquette ou marque spéciale créée par un syndicat professionnel et apposée sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, en garantir la qualité et la conformité avec les normes de fabrication. » (Larousse [sans date])

Un label cosmétique est un symbole de validation de certains critères par un organe indépendant et compétent. En parallèle, les réglementations du pays concernant l'industrie doivent être respectées. L'obtention du label se structure en trois phases, la première consiste à contrôler les normes et critères du label, en vérifiant les composants du produit, les emballages et les étiquettes (Dily 2022). La seconde phase se déroule dans les locaux du fabricant et permet d'examiner les processus, les mesures d'hygiène ainsi que les matériaux. Le marketing de l'entreprise est également évalué (Dily 2022). Finalement, les informations récoltées sont transmises à l'organisme compétent qui décidera ou non de labelliser la marque. A savoir que celle-ci doit être réévaluée régulièrement pour conserver ce label (Dily 2022).

Ces certifications permettent aux consommateurs exigeants de diriger leurs choix selon leurs attentes, puisque les produits ayant obtenu un label portent le logo correspondant sur leurs emballages (Kisaco 2022). Les marques labellisées s'engagent à s'améliorer afin de maintenir cette certification et de répondre aux critères évolutifs (Kisaco 2022).

Il existe différents types de labels dans l'industrie cosmétique dont les principales conditions sont les suivantes :

Les labels biologiques assurent la présence d'ingrédients biologiques à 95% minimum, avec une majorité de substances non synthétiques. La durabilité et l'environnement sont également des facteurs à considérer (Mathilde 2023).

Les labels écologiques, quant à eux, priorisent l'environnement de manière plus générale, en prenant en compte la composition mais également les processus de fabrication, les déchets, l'empreinte carbone, la gestion des ressources et la durabilité (Mathilde 2023).

Les labels éthiques et responsables encouragent une production respectueuse dans un objectif de minimiser les impacts sur la planète et de favoriser la santé des humains ainsi que des écosystèmes. La formulation des produits mais également la stratégie marketing des marques sont soumises à une évaluation (Slow Cosmétique 2024).

Les différents labels cités favorisent aussi les contenants et les emballages recyclés et recyclables (Kisaco 2022).

Pour terminer, les labels Cruelty-Free répondent à la protection animale en assurant qu'aucun test n'a été réalisé, même sur les marchés étrangers. Les labels vegan, de leur côté, garantissent des produits non testés sur les animaux et mettent l'accent sur l'utilisation d'ingrédients d'origine non animale. (Marine 2018) Ces deux derniers labels certifient une éthique envers les animaux tout au long du processus de fabrication, au-delà de la législation sur la cruauté animale (Marine 2018). Cependant, ils n'assurent pas que les composants soient d'origine biologique ou naturelle (Sejournet 2020).

5. Méthodologie

Pour réaliser mon Travail de Bachelor, j'ai commencé par consulter des articles, revues et textes sur l'industrie cosmétique en général, pour me familiariser avec le sujet. Puis, j'ai affiné les recherches sur l'aspect sanitaire et environnemental.

Je me suis intéressée au contexte de l'industrie, en analysant le macro-environnement grâce au PESTEL. Cette méthode d'analyse consiste à prendre en considération plusieurs facteurs constituant ledit macro-environnement, ce qui m'a permis de mettre en lumière les contraintes et opportunités des entreprises cosmétiques.

Ensuite, j'ai approfondi les recherches législatives du secteur, d'un point de vue sanitaire d'une part et environnemental d'autre part. Enfin, les lectures m'ont mené vers l'étude des impacts causés par les produits de beauté sur l'Homme et la planète.

En parallèle de ces consultations littéraires, 14 entreprises du secteur ont été contactées par courriel, des marques renommées mondialement aux petites entreprises. Seule une entreprise a accepté de m'accorder du temps.

Le but étant de leur poser différentes questions et d'obtenir un point de vue entrepreneurial sur le processus de production. Il était intéressant pour moi de comprendre l'élaboration d'un produit et quelles sont les contraintes de ce processus.

De plus, j'ai rencontré des membres d'une association qui œuvre en faveur de la réduction des déchets et du gaspillage pour recueillir leur avis. Malheureusement, les réponses n'étaient pas pertinentes pour le sujet de ce travail.

Un questionnaire composé de 18 questions a également été réalisé et transmis aux consommateurs et aux potentiels clients de cosmétiques. Cette approche m'a permis de comprendre le comportement des utilisateurs, leurs intérêts ainsi que leurs préoccupations concernant ce secteur.

De plus, j'ai échangé avec une jeune femme qui a récemment vécu une mésaventure avec un produit cosmétique. Ainsi, son témoignage illustre les potentiels risques énoncés au cours de ce travail.

Ces différentes démarches m'ont aidé à formuler des recommandations pour que les consommateurs puissent répondre au mieux à leurs attentes.

Les limites de ce travail résident dans l'importante quantité d'informations sur le sujet. Celui-ci englobe de nombreuses notions, rendant les explications complexes et

nécessitant parfois d'aborder brièvement certains concepts. De plus, outre la complexité de la thématique, certaines données sont difficiles d'accès, notamment celles relatives aux impacts sur l'environnement et la santé, pour lesquelles les chiffres sont peu divulgués. Finalement, par manque d'informations spécifiques à la Suisse, j'ai parfois élargi la zone géographique de l'étude.

6. Analyse PESTEL

L'analyse macro-environnementale PESTEL de l'industrie cosmétique permet de comprendre les enjeux de manière globale, c'est-à-dire d'un point de vue des consommateurs, des réglementations, des entreprises et du contexte environnant. L'objectif de cette analyse est d'établir les facteurs qui peuvent influencer les activités du secteur.

6.1 Politique

La Suisse est un pays favorable à l'expansion et l'installation des entreprises en raison de sa stabilité politique. En effet, elle se situe dans le haut du classement de l'indice des États fragiles, une mesure qui évalue la stabilité sur plusieurs aspects, dont le point de vue politique (Jurus 2023).

Bien que la Suisse ne fasse pas partie de l'Union Européenne, il est important qu'elle maintienne une cohérence et une harmonie avec ses pays voisins (RTS 2024). D'autant plus qu'elle entretient une relation avec les autres pays concernant l'industrie cosmétique. Effectivement, elle est classée en 24^{ème} position des importateurs et 12^{ème} exportatrice de produits de beauté ou maquillage à l'échelle mondiale (International Trade Centre 2024).

Pour cette raison, elle adopte certaines réglementation de l'UE, dont nous nous intéresserons dans la suite de notre analyse.

Les échanges commerciaux entre les pays sont susceptibles d'être affectés par les accords politiques. Comme mentionné dans la partie introductive de ce travail, la France est première exportatrice de cette industrie (OEC 2023). Les nouvelles réglementations européennes risquent donc d'impacter fortement les transactions. Par exemple, la zone asiatique a diminué son volume d'importation de produits de beauté en provenance de la France, en raison de nouvelles mesures sanitaires (FEBEA 2024a).

De manière plus globale, la Suisse reste peu intrusive en matière de politique industrielle, afin d'éviter d'entraver la prospérité. Cette stratégie de non-intervention a permis de maintenir la compétitivité et la flexibilité industrielle, en évitant les inefficacités et les déséquilibres de marché souvent associés à une intervention gouvernementale excessive (Schmid, Grabher, Schäfer 2024).

6.2 Économique

Le contexte économique suisse est le suivant : le PIB par habitant est en croissance (International Monetary Fund 2023a), ce qui signifie un accroissement de la prospérité du pays. Cette croissance est principalement due à une amélioration de la productivité du travail et à une performance accrue des entreprises. Les gains en efficacité et en innovation ont également permis de renforcer l'économie (Prof. Dr. Minsch 2023).

Malgré un contexte inflationniste (International Monetary Fund 2023b), l'industrie cosmétique ne cesse de prendre de l'ampleur (L'Oréal 2024). Preuve de sa résilience, elle démontre une capacité à maintenir une performance stable et à croître malgré les fluctuations économiques et les perturbations du marché. En effet, les consommateurs du secteur sont relativement indifférents aux variations des prix de vente et privilégient davantage la qualité des produits ainsi que l'image de marque. (Analysts 2018) Les ménages suisses estiment que la qualité du bien est le premier critère à prendre en compte lors d'un achat de beauté (Alvarez&Marsal 2022). Par ailleurs, avec l'évolution des attentes de la société, les acheteurs sont disposés à dépenser un montant plus élevé pour un produit plus durable et éthique. Selon ce rapport, les valeurs éthiques auxquelles les Suisses accordent une attention particulière sont en premier lieu les conditions salariales des employés, puis, la durabilité des ressources utilisées (Alvarez&Marsal 2022).

6.3 Sociologique

Comme énoncé précédemment, nous comprenons que les attentes des consommateurs prennent une nouvelle direction. La conscience collective se développe et les exigences en termes de responsabilité des marques s'intensifient.

De ce fait, on peut observer une augmentation des personnes soucieuses de leur santé et de l'environnement. Leurs choix se portent davantage sur des produits plus naturels et éthiques, reflétant une évolution de la sensibilisation de ces enjeux (Ecocert 2024).

Par ailleurs, les désirs changent, entraînant des demandes pour des produits personnalisés, spécifiques et adaptés aux besoins de chacun. Ces changements d'habitudes impactent forcément le marché et les propositions des marques (Manager Ocean 2024).

Certaines de ces habitudes prennent naissance à la suite de la pandémie de COVID-19. En effet, les soins de la peau ou des cheveux ont pris l'avantage sur les produits de maquillage durant cette période d'isolement. Les utilisateurs ont également commencé à

prioriser les produits de bonne qualité et plus sains. Un accroissement de la popularité du naturel et du végan a été observé, puisque la conscience environnementale a été renforcée (Kang 2022).

C'est aussi au cours de cette ère que la société a expérimenté le fait main, avec la tendance du « do-it-yourself ». Dans cette vague de partage et de recherche d'activités à faire à la maison, de nombreuses vidéos ont été diffusées, notamment sur les réseaux sociaux, expliquant comment réaliser tous types de créations. Certains ont tenté la fabrication de cosmétiques à la maison, ce qui a probablement accru l'intérêt pour les produits de beauté biologiques ou éco-responsable (Jacobberger-Lavoué 2022).

Figure 1 : Recette baume à lèvres

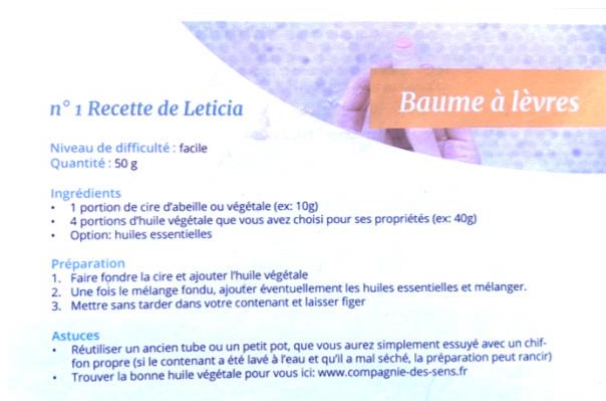
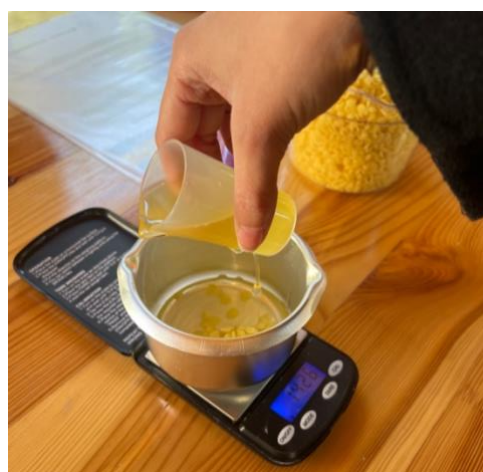


Figure 2 : Atelier réalisé avec une association environnementale



Au-delà de cette nouvelle consommation de la slow cosmétique, on peut remarquer des différences entre les générations. La génération Z, née entre 1997 et 2010, est connue pour privilégier son bien-être et sa santé mentale. Il en est de même pour la génération Y, aussi appelés milléniaux, nés entre 1980 et 1996. Selon une étude, ces deux générations feraient plus d'achats de produits et de services bénéficiant à leur santé et à leur bien-être que les générations précédentes. D'après ce sondage, la catégorie à laquelle les répondants achètent davantage est la catégorie nommée « apparence », où nous pouvons retrouver des cosmétiques, des produits de soin pour les cheveux et enfin des produits de soin pour la peau (Callaghan et al. 2023).

Bien que ces jeunes générations privilégient leur santé et leur bien-être, elles n'ont pas le pouvoir d'achat des générations précédentes. C'est pourquoi les catégories d'âge qui ont une dépense plus élevée sont les soixantaines et plus, ils représentent près de 46%

des dépenses (LSA 2024). Cela s'explique par leur disposition à investir davantage pour conserver une apparence plus jeune. En outre, les peaux matures ont d'autres besoins et les produits destinés à cette segmentation ont tendance à être plus onéreux (Les Echos 2022).

Alors que les ventes en ligne augmentent, suite aux nouvelles habitudes de consommation liées à la pandémie, l'expérience client et l'environnement d'achat perdent de l'importance pour les adeptes du e-commerce. En effet, ces critères passent après l'efficacité du produit (Alvarez&Marsal 2022).

6.4 Technologique

Comme évoqué ci-dessus, les achats en ligne de cosmétiques ont augmenté, ils seront supposés représenter un tiers des ventes mondiales du secteur, d'ici 2026 (Edge by Ascential 2024). Pour s'adapter à cette consommation, les marques ont développé l'engagement et l'interaction avec les clients via les plateformes des réseaux sociaux. Ce canal permet différentes stratégies, des codes promotionnels classiques aux collaborations avec des influenceurs ou encore aux challenges viraux (Bruneau 2021).

Les consommateurs actuels et surtout les jeunes de 18 à 25 ans, peu importe le secteur, utilisent majoritairement les réseaux sociaux comme moteur de recherche ou source d'information, avant de procéder à un achat (RTS 2023a). En réalité, quatre consommateurs sur cinq font l'acquisition d'un produit suite à une recommandation sur les réseaux sociaux, avec Instagram et TikTok parmi les plus influentes (Bruneau 2021).

Pour les entreprises, cette augmentation des ventes est positive mais nécessite une attention particulière sur un ajustement opérationnel. En effet, pour fidéliser un client, les modalités de livraison doivent être satisfaisantes. En plus du délai raisonnable et de l'intégrité des produits reçus, les acheteurs souhaitent contribuer à la réduction de l'empreinte environnementale, ce qui semble paradoxal dans un contexte d'une consommation en ligne. Une étude de la Fédération e-commerce et vente à distance relève que 94% des consommateurs en ligne désirent réceptionner leurs colis avec des emballages réutilisables et recyclables et également limiter les emballages excessifs (Retis 2020).

Sur un plan plus innovant, la Beauty Tech semble conquérir les clients de cosmétiques. Il s'agit de l'utilisation de la réalité augmentée afin d'essayer de manière instantanée et réaliste un produit de beauté quelconque. Ce qui a notamment permis de faciliter l'achat lors de la pandémie en 2020 (L'Oréal 2020). Le Virtual Try-On, ou essai virtuel en

français, offre la possibilité d'essayer, via une caméra, différents types de maquillage, teintes de rouge à lèvres, fards à paupières, mascara, ou encore couleurs et coupes de cheveux.

Cette nouvelle technologie permet également de proposer des produits ou des soins sur mesure. L'intelligence artificielle est capable de réaliser des diagnostics dermatologiques rendant possible une personnalisation unique. Ceci favorise une réponse adaptée aux besoins spécifiques de la clientèle (Desclos 2019).

Une autre sorte d'innovation présente dans l'industrie cosmétique est le biomimétisme. Loin d'être un concept récent, il est utilisé dans de multiples secteurs tels que la médecine, l'agriculture, le secteur industriel et bien d'autres encore, puisque le principe peut être utilisé, de près ou de loin, dans tous les domaines (Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires 2023a). Biomimétisme signifie littéralement imiter le vivant. Ce concept consiste à s'inspirer des propriétés et des solutions issues de la sélection naturelle des systèmes biologiques (telles que les formes, compositions, processus, interactions) pour développer des principes et des processus favorisant un développement durable (Ministère de l'Economie des finances et de la souveraineté industrielle et numérique 2023a).

Dans la cosmétique cela se traduit par la création d'ingrédients naturels et de soins dont les agents ont des propriétés similaires à certaines structures naturelles, par exemple « les capacités d'hydratation d'une certaine plante ou les qualités régénératrices des enzymes naturelles » (Doolan 2024).

Pour illustrer ce concept, prenons l'exemple de la marque capillaire K18, fondée en 2020, qui est axée sur la biotechnologie. Fortement appréciée par les professionnels, sa gamme permettrait de réparer la structure des cheveux abimés à travers l'usage de la bioscience (K18 Biomimetic Hairsience 2024).

Pour conclure, l'utilisation de la biotechnologie dans le secteur de la beauté découle des défis de durabilité et de préservation des ressources naturelles, visant ainsi à limiter la perte de biodiversité (Doolan 2024).

6.5 Environnemental

Les entreprises doivent faire face à de plus en plus d'enjeux environnementaux. Notamment avec les stratégies de RSE, incitant les organisations à développer leurs préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec les parties prenantes. Elle vise à promouvoir un développement

durable en allant au-delà des obligations légales et en adoptant des pratiques éthiques et transparentes (Confédération suisse - SECO 2024). Autrement dit, prendre en compte les attentes de la société en respectant les écosystèmes et les divers acteurs (Confédération suisse - SECO 2024). Puisqu'effectivement, comme expliqué dans la partie des attentes, les consommateurs sont préoccupés par les causes environnementales et sont sensibilisés au principe de durabilité. Sur près de 70% de consommateurs d'ingrédients naturels, la moitié le font pour des valeurs environnementales (Klarna 2022).

De plus, grâce aux possibilités actuelles, les problèmes environnementaux liés aux déchets de plastiques à usage unique peuvent être amoindris. En effet, il existe des alternatives aux emballages polluants, comme les matériaux recyclés, le papier ou le carton. Plus innovant encore, certaines start-ups ont créés des matériaux permettant de remplacer le plastique (Abegg 2022). Une jeune entreprise anglaise Notpla, a développé des contenants biodégradables fabriqués à partir d'algues. Cette invention leur a valu le prix britannique de « construire un monde sans déchets » (Pontoizeau 2022).

6.6 Législatif

Avant d'étudier les impacts de l'industrie cosmétique, il s'agit de définir le cadre légal. L'objectif des règlements est de maintenir une ligne de conduite pour les entreprises, en particulier pour ce travail, celles du secteur cosmétique. Ces lois permettent une protection des travailleurs, des clients et des différents acteurs (Genest 2023). Elles sont nécessaires à l'équilibre entre les impératifs de productivité de l'industrie et les mœurs dus aux consommateurs à travers une certaine transparence (Europarat, Europäische Kommission 2008, pp. 87-89). Celle-ci laisse libre choix aux acheteurs de se procurer et de consommer un produit en toute conscience (Fédération Romande des Consommateurs 2024).

Les lois peuvent être différentes pour un même marché, selon les pays, c'est le cas entre les pays des Etats-Unis et ceux d'Europe, concernant l'étiquetage des produits cosmétiques, par exemple (US Food & Drug - United States Government 2023).

De manière générale, le droit suisse prévoit qu'

« en vertu du contrôle autonome instauré par les art. 5 LChim et 26 LPE, le fabricant doit évaluer si les substances ou préparations peuvent mettre en danger la vie ou la santé humaines ou l'environnement. Il doit, conformément aux dispositions de la présente ordonnance, classer, emballer et étiqueter les substances et les préparations à cet effet ; ainsi qu'élaborer les scénarios d'exposition et établir une fiche de données de sécurité les concernant. »

(Confédération suisse - OChim 2015, art. 5)

Globalement, les textes de lois suisses relatifs aux produits de l'industrie cosmétique sont la loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAI), l'ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIU) et enfin l'ordonnance sur les produits cosmétiques (OCOs).

L'office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV), l'ordonnance sur les produits chimiques (OChim) ainsi que l'ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques (ORRChim) contribuent également au cadre législatif du secteur. En plus de ces lois, les autorités suisses font aussi référence au Règlement européen afin d'assurer une harmonie et de faciliter le commerce au sein de l'Union Européenne.

Ce cadre légal a pour but de réglementer la sécurité, la qualité, la composition et l'étiquetage des produits cosmétiques en Suisse, afin de protéger la santé des consommateurs.

7. Réglementations

7.1 Réglementations sanitaires

La Confédération suisse dispose, à travers l'Office de la Sécurité Alimentaire et des Affaires Vétérinaires (OSAV), que

« les cosmétiques commercialisés sur le marché suisse ne doivent présenter aucun risque pour la santé et respecter les exigences légales du droit alimentaire »
(Confédération suisse - OSAV 2023)

Lorsqu'on se réfère à la loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAI), on comprend avec l'article 5 que les cosmétiques sont catégorisés comme « objets usuels » (Confédération suisse - LDAI 2014).

Tout comme l'OSAV, la LDAI n'est pas axée sur les cosmétiques mais elle propose des dispositions générales auxquelles l'industrie doit s'y rapporter. De manière générale, cette loi vise à protéger la santé du consommateur, en surveillant les conditions d'hygiène ainsi que les tromperies des produits destinés à être mis sur le marché.

« Sont notamment réputés trompeurs les présentations, les étiquetages, les emballages et les publicités de nature à induire le consommateur en erreur sur la fabrication, la composition, la nature, le mode de production, la durée de conservation, le pays de production, l'origine des matières premières ou des composants, les effets spéciaux ou la valeur particulière du produit. »
(Confédération suisse - LDAI 2014)

L'acheteur doit avoir à disposition toutes les informations nécessaires, notamment par le biais d'étiquettes où peuvent figurer les ingrédients, les mesures d'utilisation et la durée de conservation, par exemple (Confédération suisse - LDAI 2014).

Nous retrouvons dans la LDAI la réglementation sur l'interdiction de commercialiser des cosmétiques qui ont été testés sur les animaux, comme discuté précédemment (Confédération suisse - LDAI 2014, art. 20).

Le Conseil fédéral se réserve le droit d'exclure du marché certains produits ou substances, dans le but de garantir la sécurité sanitaires des humains (Confédération suisse - LDAI 2014, art. 15).

Pour proscrire les tromperies et ainsi renforcer la sécurité de l'utilisateur, l'OSAV a rendu obligatoire, depuis mai 2017 avec un délai de conformité pour avril 2021, la création d'un Dossier d'Information sur le Produit, aussi appelé DIP, pour chaque produit cosmétique mis en vente (Confédération suisse - OSAV 2024).

Celui-ci doit comporter un rapport sur la sécurité effectué par un spécialiste, ainsi qu'une description de fabrication et la déclaration de bonnes pratiques de fabrication. Tous deux sont soumis aux critères et aux normes de l'ordonnance du Département fédéral de l'intérieur sur les cosmétiques (DFI - OCOs 2016). Cette ordonnance prévoit également l'obligation d'informer les consommateurs par le biais des étiquettes, lorsque des substances allergènes se trouvent dans le produit. Ces substances sont référées dans le Règlement européen UE 2023/1545 (Commission européenne 2023a).

L'ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIIOUs) complète la LDAI et mentionne les substances interdites dans la composition des produits cosmétiques (CF - ODAIOUs 2016, art. 54). Ces réglementations proviennent du Règlement européen sur les produits cosmétiques (Règlement CE n° 1223/2009). En effet, la Suisse a harmonisé sa législation avec celle de l'Union Européenne concernant les exigences de sécurité, en matière d'étiquetage et de notification, ainsi que les responsabilités des fabricants de produits cosmétiques (Parlement Européen 2009).

Dans ce même règlement européen, trois catégories de substances considérées comme cancérigènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction, appelées CMR, sont interdites. Elles sont listées à l'annexe VI du Règlement (CE) n° 1272/2008 (Parlement Européen 2008, pp. 341-1352). Pour ce qui est du droit suisse, il s'y réfère et renseigne cette annexe dans l'ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques (ORRChim) (Confédération suisse - ORRChim 2005).

Cependant, bien que présumées interdites, la réglementation part du principe qu'une substance dangereuse n'entraîne pas toujours un risque (Parlement Européen 2009, p. 61). C'est pourquoi, elle propose des dérogations.

Les catégories sont les suivantes :

- Classe 1A : effets avérés
- Classe 1B : effets supposés ou présumés
- Classe 2 : effets suspectés

La substance de catégorie 2 est autorisée selon son exposition et sa concentration. Quant à la substance des catégories 1, elle est autorisée si elle respecte la conformité aux exigences de sécurité alimentaire, soit car elle est naturellement présente dans les aliments, soit car il n'existe pas de substitut. Lors de ces cas de figure, la CSSC (Comité Scientifique pour la Sécurité des Consommateurs), doit approuver la sûreté de l'utilisation (Parlement Européen 2009, p. 61).

En somme, les trois catégories de CMR, sont interdites mais acceptées selon certaines conditions. La rigidité du règlement semble finalement adaptable. Concrètement, quelles sont les substances CMR interdites afin de protéger les consommateurs ?

Les réglementations énoncées sont souvent remises en cause et des modifications sont apportées au fur et à mesure des contrôles ou des découvertes, en particulier concernant les ingrédients nocifs. Récemment, nous avons pu voir certaines substances être bannies ou restreintes. Pour en citer une, le Butylphenyl Methylpropional, ou Lilial, est interdit depuis mars 2022. Utilisé pour son parfum et son efficacité comme arôme, il est allergène et représente un risque cancérigène (OCS Service de la consommation et des affaires vétérinaires 2022).

Dans cette même perspective d'évolution, l'UE, depuis avril 2024, fait entrer en vigueur une nouvelle loi qui dispose l'obligation d'informer le public lorsque la présence de perturbateurs endocriniens dans le produit ou le contenant dépasse 0,1% (WESSLING France 2024).

Pour conclure, les lois dans ce domaine sont complexes et évolutives. Elles sont plus au moins propres à chaque pays, bien que les règlements européens s'appliquent à l'Union Européenne ainsi que d'autres régions et pays, ce qui favorise une uniformisation des normes de sécurité et de qualité.

Dans cet objectif d'homogénéité, plusieurs pays, dont la Suisse et les pays européens, utilisent un système de nomenclature INCI. Il s'agit d'un langage conçu pour les fabricants, permettant de faciliter la compréhension des ingrédients d'un produit. Cette nomenclature est basée sur la composition chimique des cosmétiques. Cette convention est mise en place afin d'être plus accessible et transparente pour les consommateurs (Jean 2020).

Cette standardisation n'est pas considérée comme une réglementation puisque les pays ayant adopté cette nomenclature ne sont pas soumis aux mêmes lois.

7.2 Réglementations environnementales

Concernant les réglementations, l'Union Européenne se concentre sur la gestion des déchets plastiques jetables. Notamment avec la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (AGEC), en vigueur depuis 2021 en France. Celle-ci a pour objectif de lutter contre le gaspillage et de cesser la fabrication et l'usage de plastique jetable, d'ici à 2040 (Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires 2023b). Pour y parvenir, elle est échelonnée en quatre périodes. Les trois objectifs qui ont été fixé pour 2025 sont les suivants :

- Réduction des emballages plastiques à usage unique de 20%
- Réduction de 100% des emballages plastiques à usage unique inutiles
- Recyclage de 100% des emballages en plastique à usage unique (Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires 2023b)

L'Union Européenne établit en 2019 un document similaire pour la réduction de l'impact environnemental des produits plastiques et la promotion de l'économie circulaire (Parlement Européen 2019).

Les mesures mentionnées impactent forcément le secteur de la beauté, puisque comme énoncé, il est un grand consommateur de plastique jetable (Santi 2024; Dily 2023).

Ces lois concernent l'Union Européenne, mais qu'en est-il de la Suisse ? A l'heure actuelle, elle ne s'y conforme pas (Le Temps 2021). Cependant, pour des raisons de facilité d'échanges entre les pays, les autorités suisses tentent d'harmoniser les dispositions (Confédération suisse - OFEV 2021).

De plus, certaines mesures sont tout de même mises en place. Notamment une prescription sur l'interdiction des plastiques oxodégradable. Bannis depuis avril 2022 (RTS 2022), les plastiques conçus pour se fragmenter sous oxydation, aussi appelé biodégradables, sont difficiles à recycler et ne se dégradent pas entièrement. En outre, ils sont conçus avec des matériaux toxiques (Julie 2021).

A Genève, le domaine de la restauration est davantage concerné quant aux réglementations sur le plastique, puisque la vaisselle à usage unique sera proscrite, d'ici 2025 (République et Canton de Genève [sans date]).

La Suisse, qui est à l'aise avec le recyclage et la valorisation de certains matériaux, comme le verre, le PET, l'aluminium et le papier, fait pourtant défaut quant à la gestion

des déchets en plastiques. En effet, 85% d'entre eux sont brûlés dans des incinérateurs (Turuban, Jorio 2024).

Un habitant suisse produit 100kg de déchets plastique par année (24Heures 2019), ce serait trois fois plus qu'une personne vivant dans l'Union Européenne (Le Temps 2021).

En effet, malgré une consommation accrue de matière plastique, à hauteur d'un million de tonne par année (Herzog 2023), la Suisse n'est pas soumise à la réglementation sur les emballages, telle qu'elle s'applique aux pays membre de l'Union Européenne (Confédération suisse - OFEV 2021). D'autant plus que ces emballages représentent 40% de la consommation de plastique (Häne, Läubli 2023). Certes, de manière générale le taux de recyclage a augmenté (Herzog 2023; PlasticsEurope (PEMRG) 2022), mais face à un consumérisme excessif, 14'000 tonnes de microplastique se retrouvent dans l'environnement, les eaux et les sols suisses (OceanCare 2023).

A défaut d'établir davantage de directives, les commerçants suisses prennent des initiatives quant à la réduction de ces matériaux polluants, en proposant des alternatives, telles que l'introduction de contenants ou de sacs réutilisables (ZeroWaste 2024).

La Suisse n'ayant pas de loi concernant les emballages, à l'exception de l'ordonnance sur les emballages pour boissons (Confédération suisse - OEB 2000), la loi sur la protection de l'environnement fait foi, notamment le chapitre 4 sur les déchets (Confédération suisse - LPE 1983).

Cette disposition préconise la limitation de production de déchets, dans la mesure du possible, et l'élimination de ceux-ci dans le respect de l'environnement. Selon cette loi, le Conseil fédéral peut interdire la commercialisation de produit à usage unique de courte durée, sauf si l'utilisation du bien compense les dommages environnementaux engendré (Confédération suisse - LPE 1983).

7.2.1 Plastic Act

En recentrant nos recherches dans le domaine de la cosmétique, on s'aperçoit qu'une action similaire à la loi AGEC est mise en place. Pour accélérer la transition environnementale, les 350 entreprises françaises de l'industrie cosmétique, adhérentes à la Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA), ont instauré depuis 2021 une marche à suivre (FEBEA 2023b), visant à réduire l'impact plastique. Cette initiative, connue sous le nom de Plastic Act, représente un plan d'action basé sur quatre grands principes, les 4 "R" : Réduction, Réutilisation, Recyclage et Réintégration du plastique recyclé.

Ces quatre concepts sont les suivants :

- Réduction des volumes d'emballages plastiques de 15% en diminuant la quantité de plastique et/ou en substituant le matériau
- Réemploi des emballages de 20% en mettant en place un système de recharge où de consigne où en proposant des produits en vrac
- Réincorporation de plastique recyclé de 10 à 25% en utilisant du plastique recyclé dans les emballages
- Recyclage 100% des emballages en analysant et améliorant la recyclabilité des emballages (FEBEA 2024b)

7.2.2 Microplastique

A propos des microplastiques, mentionnés précédemment, plusieurs pays et notamment l'Union européenne, interdisent l'ajout intentionnel de microparticules de polymères synthétiques, appelées microplastiques, dans tous types de produits (Commission européenne 2023b). Dans le secteur cosmétique, ces particules peuvent se retrouver, comme nous le savons, dans les exfoliants mais également dans les produits pour les lèvres ou les poudres, par exemple (Loiseau 2023).

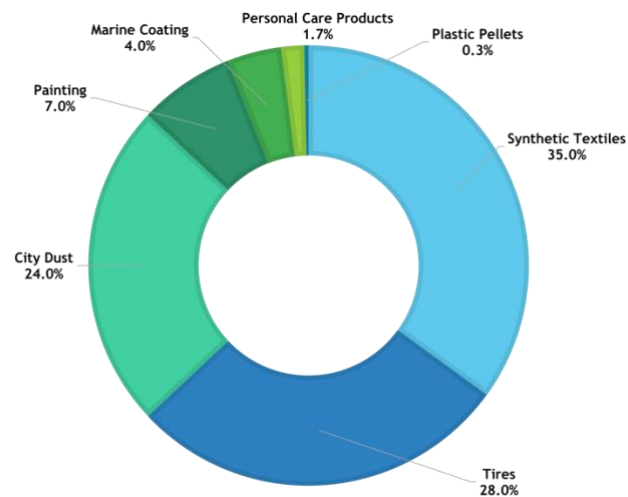
En France, les exfoliants ou produits de nettoyage doivent respecter la loi sur l'interdiction de microbilles, depuis 2018 (Commissariat général au développement durable 2023). Les autres produits de maquillage ou cosmétiques sans rinçage, seront quant à eux, soumis à ces restrictions au niveau européen d'ici 2026 à 2035 (Commission européenne 2023b). Il n'existe actuellement aucune réglementation suisse concernant ces particules polluantes. Ces microplastiques sont responsables de la pollution des océans, estimés entre 80'000 et 219'000 tonnes par années, dans les eaux européennes (Volery 2018). Ces particules, utilisées et rincées sous la douche se trouvent dans les égouts et ne sont pas filtrés correctement lorsqu'elles passent dans les stations d'épuration. Ce sont donc des substances qui terminent dans les fonds aquatiques et polluent la faune et la flore (Slow Cosmétique 2019).

Cependant, le secteur cosmétique, contrairement aux idées préconçues de grand pollueur, ne représente que 0,1% à 1,5% de la masse de microplastique présente dans l'environnement marin européen (SKW 2023). La principale cause de cette contamination provient des textiles synthétiques, à hauteur de 35% (Gaudiaut 2019).

Pour conclure, malgré les efforts de l'Union Européenne pour réduire les déchets, notamment par des lois strictes et des interdictions spécifiques dans le secteur cosmétique, la Suisse demeure en retrait. Alors que des initiatives telles que le Plastic

Act de la FEBEA visent à réduire l'impact plastique dans l'industrie cosmétique en favorisant la réduction, le réemploi, le recyclage et l'utilisation de plastique recyclé, la Suisse n'a pas encore adopté de réglementations équivalentes. Malgré l'existence de certaines mesures, comme l'interdiction des plastiques oxodégradables et la future interdiction de la vaisselle jetable à Genève, la Suisse ne dispose pas d'un cadre réglementaire dans le secteur cosmétique.

Figure 3 : Source des microplastiques dans l'océan



CC BY Sadegh Raja Wikimedia, 1 décembre 2023. Key sources of microplastics in the ocean.
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Microplastic_Source.png?uselang=fr

8. Impacts

8.1 Impacts sanitaires

Comme étudié dans la partie réglementation, la fabrication de cosmétiques est soumise à des règles strictes et ces produits ne sont pas tolérés sur le marché en cas de danger pour la santé (Cossardeaux 2020).

La réglementation européenne, la plus stricte au monde, bannit pas loin de 2'600 substances dans ce secteur (European Chemicals Agency 2024). Cependant, certaines compositions présentent tout de même des risques pour les utilisateurs (Cossardeaux 2020).

Voici quelques problèmes cutanés fréquents, causés par l'utilisation de produits cosmétiques (Dr Hsu [sans date]). Le plus courant est la dermatite irritative de contact et est causée principalement par les crèmes ou les nettoyants. Elle peut provoquer des brûlures, des démangeaisons, des rougeurs ou encore des gonflements (Dr Hsu [sans date]). La dermatite allergique de contact est moins fréquente et est la conséquence d'une réaction à un parfum, un anti-solaire ou un conservateur présent dans un produit de beauté. Les symptômes sont assez similaires à la dermatite irritative, à savoir, des rougeurs, des démangeaisons, des gonflements ou des cloques (Dr Hsu [sans date]).

Enfin, le dernier problème très commun à l'exposition de produits cosmétiques est l'apparition de boutons (Dr Hsu [sans date]).

8.1.1 Études

Une étude réalisée par *l'International Journal of Cancer*, republiée par Harvard Health Medical School, a constaté une corrélation entre les teintures pour cheveux et le cancer du sein. Il a été révélé que les participantes de l'étude ayant utilisé une teinture pour cheveux jusqu'à un an auparavant seraient plus susceptibles de développer un cancer du sein de 9% par rapport aux femmes n'ayant pas effectué de teinture. En analysant les résultats par ethnie, ils se sont aperçus que les femmes afro-américaines seraient d'autant plus vulnérables, avec un résultat de 45% supérieur par rapport aux participantes n'ayant pas teint leurs cheveux au cours des 12 mois précédents (Harvard Health 2020).

L'étude porte sur 50 000 participantes âgées de 35 à 74 ans, dont les sœurs ont été diagnostiquées avec un cancer du sein. Ce qui permet de cibler une population avec un risque plus élevé, en raison des prédispositions génétiques (Harvard Health 2020).

Les résultats s'expliquent principalement en raison de la forte présence de composants chimiques dans les produits capillaires. Certains en contiennent plus de 5000. Les risques peuvent être causés par contact cutané mais également par inhalation (Harvard Health 2020). Concernant l'écart de résultat des femmes afro-américaines, une explication plausible serait les ingrédients présents dans les produits spécifiques à leurs cheveux (Harvard Health 2020).

D'autres recherches ont tenté d'établir un lien entre l'endométriose et les phtalates. En effet, les tests réalisés en Californie, sur des femmes de 18 à 44 ans, montrent que ces perturbateurs endocriniens peuvent influencer plusieurs processus biologiques et mécanismes cellulaires associés à l'endométriose, une maladie gynécologique douloureuse, qui peut aussi perturber la fertilité et la grossesse (Kim, Kim 2020).

L'étude soumet donc qu'une exposition importante aux phtalates est associée à deux fois plus de risques de développer ou d'aggraver une endométriose (Pr Hart 2024).

8.1.2 Ingrédients toxiques

Il existe différentes catégories d'ingrédients présents dans les cosmétiques et qui peuvent être dangereux pour la santé. Un aperçu expliquant les différentes catégories, leurs rôles ainsi que leurs impacts, se trouve en annexe 1.

8.1.3 Effet cocktail

En outre, les produits cosmétiques représentent un niveau de risque différent pour la santé, selon ce qu'on appelle « effet cocktail ».

L'effet cocktail est défini comme le mélange et le cumul de plusieurs produits qui ont des compositions différentes. Appliqués sur la peau, les nombreuses substances toxiques peuvent être davantage nocives pour le consommateur (WECF France 2022). En réalité, les règlementations sanitaires des substances sont élaborées selon le produit seul. Chaque cosmétique répond à des exigences sans tenir compte d'autres expositions. Cependant, lorsqu'il est mélangé à d'autres cosmétiques, les impacts ne sont plus les mêmes (Sejournet 2020, p. 9).

Effectivement, lors d'exposition simultanée à plusieurs substances chimiques, les effets peuvent être accentués ou des effets inattendus peuvent se produire (Sanchis 2024).

Pour conclure, il existe de multiples familles d'ingrédients potentiellement nocifs pour l'Homme, très courants dans les substances de nos cosmétiques quotidiens. Les

conséquences sur la santé peuvent être plus ou moins graves, allant d'une irritation à un dérèglement hormonal, à des perturbations d'organes ou même un cancer.

La gravité de ces impacts dépend des mélanges de certains ingrédients mais aussi de l'utilisateur. En effet, les bébés et les enfants sont plus vulnérables et l'exposition aux substances toxiques peut affecter leur développement et ainsi leur causer des problèmes de santé sur le long terme. Egalement, les femmes enceintes sont fragiles et les produits consommés peuvent impacter leur santé ainsi que celle du bébé (WECF France 2022). Une étude a révélé que 99,6% des femmes enceintes ont des résidus de perturbateurs endocriniens, et plus précisément de phtalates, dans leur corps (Slow Cosmétique 2022).

8.1.4 Sephora Kids

Pour illustrer cette distinction entre utilisateurs, le phénomène de « Sephora kids » inquiète les professionnels de la santé. Récemment, une vague de jeunes filles d'une dizaine d'années se procurant des produits, des soins ou du maquillage non adaptés à leur peau, a attiré l'attention. Cette tendance, en provenance des Etats-Unis, s'est développée à la suite de vidéos diffusées sur les réseaux sociaux où l'on peut voir des influenceuses filmer leur préparation en montrant leur routine de soin et de maquillage (Hervot 2024).

Dans un but de reproduire les gestes vus au travers de ces vidéos, les jeunes filles ont très rapidement suscité un intérêt pour les produits de soin. Le problème étant, ces crèmes sont pour la plupart adaptées à des peaux plus matures et contiennent du rétinol, du collagène, des antioxydants et anti-âge, ou encore de l'acide salicylique, un agent antibactérien exfoliant. En bref, des compositions inappropriées et une utilisation déraisonnée pour des jeunes filles (Wielgocki 2024). De plus, leur exposition à ces composants peut causer des réactions comme des irritations ou des brûlures mais encore plus problématique, des complications hormonales sur le long terme (Demierre-Bueler 2024).

Plusieurs interprétations se sont établies, la première attribue la responsabilité au marketing de ces marques tendances sur les réseaux sociaux. En effet, leurs packagings et leurs publicités sont très colorées et ludiques d'utilisation. Une autre interprétation, plus socioculturelle, souligne la difficulté des jeunes filles à s'accepter et à être moins obnubilées par leur apparence, en raison de l'omniprésence du culte de la perfection, véhiculé par les médias (Wielgocki 2024).

Une pharmacie suédoise a pris ses précautions en rendant interdit l'achat de certains produits pour les personnes ayant moins de 15 ans. Concernant la Suisse, aucune mesure n'a été instaurée, l'Association des cosmétiques et détergents remet le devoir de responsabilité aux parents (Demierre-Bueler 2024).

Pour conclure l'analyse des impacts sanitaires, bien que les réglementations soient strictes et complexes, le secteur de la cosmétique n'est pas totalement inoffensif. La complexité réside dans le fait que les tests établis mesurent l'impact des ingrédients ou des produits de manière individuelle et à court terme. D'autant plus que les analyses sont réalisées sur une faible dose du produit (Harvard Health 2020). Toutefois, les problèmes sanitaires peuvent se développer a posteriori et survenir suite à une accumulation de substances cutanées ou même inhalées.

Il est donc essentiel de considérer les implications potentielles des ingrédients cosmétiques sur la santé à long terme. Même si les avantages des produits cosmétiques sont souvent mis en avant, il est important de ne pas minimiser les risques potentiels associés à leur utilisation. Dans ce contexte, « un raisonnement risque/bénéfice ne devrait pas être utilisé pour justifier un risque pour la santé humaine » (Stiens 2012, p. 17).

8.2 Impacts environnementaux

L'industrie cosmétique, comme tout autre secteur, a une incidence sur l'environnement. Parmi ces incidences, il y a l'utilisation de substances chimiques et/ou polluantes, les déchets d'usine, les gaz à effet de serre, les nombreux emballages et également l'emploi de ressources rares (Kahn, Mouchard, Saint-Germain 2022, p. 13).

Figure 4 : Impact environnemental d'un produit

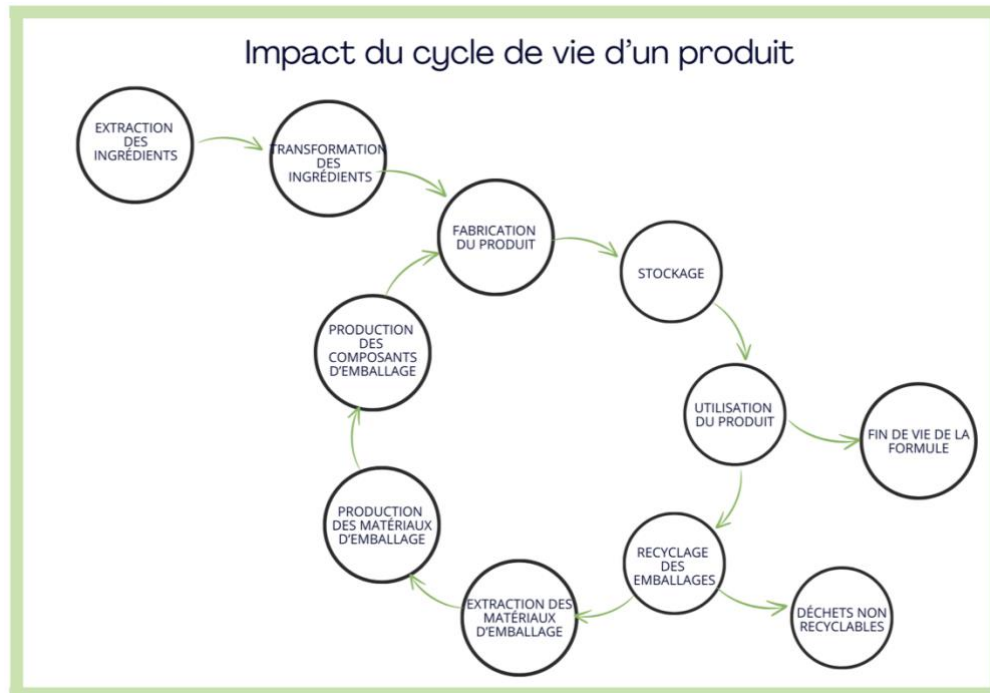


Schéma reproduit à partir de (L'Oréal [sans date])

La cosmétique représente 0,5% à 1,5% du gaz à effet de serre mondial, mais il serait sous-évalué. La plus grande partie de ce bilan carbone, est constituée par l'utilisation des produits, à hauteur de 40%, puis par les emballages qui représentent 20%, les transports également 20%, 10% pour les ingrédients et enfin 10% pour les points de ventes et la conception (ADEME, COSMED 2023).

Au cours de cette analyse, nous nous concentrons sur les impacts causés par les substances ainsi que les conditionnements. Effectivement, le secteur de la beauté consomme mondialement 100 milliards d'emballages plastiques annuel. Ceux-ci étant difficile à recycler, 90% se retrouvent dans les décharges (Santi 2024). En France, la cosmétique représente 55'000 tonnes de plastique jetable annuel (Dily 2023), avec 16'000 tonnes uniquement pour les emballages de gel douche (Boissonnat 2023).

En dehors des déchets d'emballages, il existe une autre problématique environnementale dans ce secteur : le gaspillage de produits invendus et invendables (Pauley 2023).

En France, 1 utilisateur sur 2 déclare avoir déjà gaspillé un produit de beauté. Ce sont 4 tonnes de crèmes jetées par jour (Feutry 2021).

Ceci s'explique en partie, car la date de péremption indiquée sur les emballages cosmétiques oblige certains et incite d'autres, parmi les producteurs, les vendeurs et les consommateurs, à se débarrasser des produits dont la date est dépassée (Cernansky 2021). En plus des stocks invendus il y a également les articles inutilisés ou non terminés par les acheteurs. Et ce, pour différentes raisons au-delà de la date limite : le produit ne convient pas au type de peau, il est inefficace, l'odeur ou la texture est dérangeante ou encore le consommateur a fait une réaction allergique (Laboté 2020).

Il est malgré tout difficile de chiffrer l'impact de ces dégâts environnementaux, d'autant plus que pour les marques et les détaillants de cosmétiques, ces informations ne valorisent pas l'image (Cernansky 2021).

8.2.1 Ingrédients toxiques

En annexe 2, vous trouverez une liste non exhaustive des ingrédients nuisibles pour la planète, dont certains le sont également pour la santé.

Pour conclure, bien que l'empreinte carbone de l'industrie cosmétique ne soit pas colossale, ses impacts sur l'environnement ont des répercussions non négligeables. En particulier à cause de l'usage des substances chimiques polluantes ainsi que de la consommation massive d'emballages plastiques.

Par exemple, la composition des crèmes solaires, des nettoyants ou des shampooings, contribue à la pollution des eaux, des sols et de l'air. Ces substances, souvent non biodégradables, peuvent perturber les écosystèmes aquatiques et terrestres, affectant la biodiversité et la santé des organismes.

En outre, le gaspillage de cosmétiques invendus est préoccupant, avec des quantités importantes de produits jetés chaque jour, en raison de différents facteurs, tels que la date de péremption ou les préférences des consommateurs.

9. Analyse des résultats

9.1 Interview

Un appel téléphonique a été obtenu avec une entreprise suisse de cosmétique, fondée en 2018, offrant ainsi la chance de poser plusieurs questions regroupées par catégories, disponibles à l'annexe 3.

9.1.1 Entreprise

La personne qui a accepté de répondre aux questions est selon moi la plus à même d'exposer un point de vue sincère sur le sujet, puisqu'il s'agit de la fondatrice de l'entreprise.

Après avoir acquis un bagage solide dans la biochimie et débuté sa carrière professionnelle dans un groupe pharmaceutique suisse, elle a décidé de créer sa propre entreprise. Étant consommatrice de cosmétiques, elle a souhaité concevoir des gammes de produits qui répondaient à ses attentes. Grâce à cela, elle a pu proposer des produits de beauté sains qui prennent en compte la santé des clients et des clientes.

La mission de la fondatrice est de proposer des produits naturels, d'origine suisse qui s'adaptent aux saisons. En effet, l'objectif est d'adapter les produits utilisés selon les besoins de notre peau et il est vrai que notre épiderme n'a pas les mêmes réactions en été qu'en hiver. Par exemple, en hiver il est important de privilégier l'hydratation et en été d'opter pour des produits adaptés aux rayons du soleil, avec une texture peut-être plus légère.

9.1.2 Processus de création

La fondatrice nous a rappelé que le secteur cosmétique est soumis à la réglementation européenne, qui est la plus stricte du monde. Il est donc indispensable de suivre ces restrictions législatives.

La priorité pour cette entrepreneuse est de bannir totalement la pétrochimie dans la composition de ses produits, car notre corps n'arrive pas à éliminer ces substances toxiques pour notre santé. Lorsqu'on opte pour une composition à 90% d'ingrédients naturels et de bonne qualité, en contrepartie le prix de revient diminue. Effectivement, les ingrédients issus de la pétrochimie coûtent moins cher et permettent aux entreprises qui l'utilisent d'obtenir une marge plus importante.

Cependant, afin de respecter ses valeurs et la mission de son entreprise, la fondatrice ne souhaite pas diminuer la qualité de ses produits pour augmenter ses revenus.

Pour ce qui concerne le choix des produits, la vision de l'entreprise est de favoriser des produits efficaces, avec peu d'ingrédients et une routine simple à mettre en place, qui ne nécessite pas une grande quantité de produits complémentaires.

Par ailleurs, les gammes conviennent à tous types de peau, permettant de simplifier le choix pour les consommateurs. De plus, la collaboration avec les clients est primordiale, puisque l'entreprise prend en compte les avis et les retours afin de modifier et d'améliorer les produits. La gamme reste modeste et propose des routines pour les 4 saisons de l'année. C'est un concept que les clients de l'entreprise apprécient.

9.1.3 Environnement

A propos des enjeux environnementaux, il est important de prendre en compte les impacts causés par les industries. C'est pourquoi l'entreprise interviewée a instauré comme principe de limiter au maximum les packagings et de proposer des emballages fabriqués avec du matériel recyclé, majoritairement. En effet, si un produit n'a pas besoin d'emballage en carton en plus du contenant, il est vendu sans.

Cependant, pour des raisons d'hygiène et de sécurité, certains produits nécessitent un emballage supplémentaire. Ce qui évite notamment, aux produits en rayon, d'être ouverts et testés dans le magasin par des potentiels acheteurs. En outre, certains packagings servent aussi à indiquer les informations indispensables à l'utilisation. Ce que le simple contenant ne permet pas toujours en raison de l'espace disponible.

Malgré ces efforts, il existe des limites à la réduction des emballages et à l'utilisation exclusive de matériaux responsables dans le secteur cosmétique. En fait, les substances de la crème ou du nettoyant, par exemple, sont en contact direct avec le récipient. Le problème étant que, selon la composition du contenant, cela peut altérer la qualité, les propriétés et les bienfaits du produit. Pour des raisons de sécurité et de réglementation, il n'est donc pas possible de sélectionner n'importe quel matériau afin d'éviter des réactions indésirables.

Par ailleurs, lorsque la fondatrice s'est penchée sur les différentes alternatives d'emballages respectueux de l'environnement, elle y a trouvé une problématique.

Elle s'est intéressée aux emballages faits à partir de canne à sucre ou de copeaux de bois, des matériaux biodégradables et écologiques. Cependant, la production est couteuse en terme financier, au niveau des investissements initiaux et des coûts opérationnels. De plus, les processus de transformation et de fabrication consomment beaucoup d'énergie et une utilisation importante des ressources naturelles, notamment

la quantité d'eau pour traiter les matériaux. La biodiversité locale peut être impactée par ces processus de fabrication. Egalement, l'empreinte carbone est importante en raison des émissions de CO₂, générées principalement par les transports, puisque les matières premières en question proviennent souvent de régions délocalisées.

Enfin, la fondatrice avoue ne pas maîtriser entièrement le sujet de l'empreinte carbone mais selon ses dires, il est évidemment important de faire attention à sa production et de développer des solutions pour diminuer les dégâts sur l'environnement. Toutefois, l'utilisation de certains matériaux durables demande énormément d'énergie à produire et ces processus sont tout aussi, voire plus, polluants. Finalement, le problème reste le même mais il est simplement décalé.

9.1.4 Consommateurs

Le dernier sujet abordé durant cette interview concerne les consommateurs ; comment pourraient-ils être mieux guidés ou avoir une meilleure compréhension des enjeux, afin de faire leurs choix en pleine conscience.

L'interlocutrice confirme qu'il est difficile pour un consommateur de comprendre la composition d'un produit cosmétique et donc impossible d'en déduire si les ingrédients sont dangereux ou non. Néanmoins, en tant qu'entreprises, elles sont contraintes de respecter la réglementation et les nomenclatures INCI, composées de noms scientifiques et chimiques.

La fondatrice a décidé, sur son site en ligne, de lister tous les ingrédients utilisés et d'expliquer leurs bienfaits, en plus de la composition INCI précisée sous chacun des produits. Elle admet que la potentielle amélioration qu'elle pourrait proposer serait de commenter chaque substance scientifique INCI dans un langage courant, afin d'informer au mieux le client.

Ensuite, a été abordé le sujet des applications permettant de scanner tous types de produits afin d'obtenir des informations et des détails sur leurs impacts sanitaires et environnementaux.

L'avis de la créatrice est partagé ; elle trouve que les notes établies par ce type d'application peuvent aider à choisir un produit, mais elles ne sont pas toujours fiables. Elle donne ensuite l'exemple de deux de ses mousses nettoyantes qui ont été notées différemment sur l'application Yuka alors que l'unique distinction entre les deux produits est la quantité du contenant, respectivement de 100ml et 150ml.

Elle a souhaité obtenir des explications de la part des développeurs en se faisant passer pour une cliente, mais malheureusement elle n'a pas eu de réponse claire de leur part. En les contactant une seconde fois, mais en déclarant son identité cette fois-ci, elle a obtenu gain de cause, et les deux produits ont été modifiés afin de recevoir la même évaluation. Ils n'ont pas donné plus de justification à cette distinction.

Le but de l'entrepreneuse ici n'est pas de dénigrer l'application ou les créateurs, puisqu'elle nous confie que la totalité de ses gammes ont obtenu la note de 100/100 sur l'application, mais l'objectif est de sensibiliser les utilisateurs de ce type de plateformes. Certes, c'est un moyen d'obtenir davantage d'informations sur une composition, mais on ne peut pas s'y fier entièrement.

D'autant plus que les personnes qui établissent les évaluations des produits n'ont pas suffisamment d'information quant à la fabrication pour justifier une note plutôt qu'une autre. En effet, on ne connaît pas non plus le profil des responsables des plateformes en question. De plus, ils ne cherchent pas à établir de contact direct ou indirect avec les créateurs ou les marques des produits évalués, pour obtenir des renseignements supplémentaires.

Finalement, selon l'experte biochimiste, le choix de nos produits de beauté passe beaucoup par la confiance. Que ce soit envers une marque, la recommandation d'amis, d'esthéticiennes ou de professionnels, par exemple.

En outre, les décisions d'un consommateur sont orientées selon ses attentes ou ses valeurs. S'il sait que telle marque ne propose pas de produit naturel ou que les valeurs de durabilité qu'il recherche ne font pas partie de la mission de l'entreprise, le client ne va pas chercher à découvrir les cosmétiques de celle-ci.

En revanche, il est vrai que le marketing peut être parfois trompeur et peut porter à confusion. Beaucoup de marques jouent avec cet aspect pour mettre en avant des valeurs que le produit ne propose pas forcément.

C'est parfois le cas avec les produits supposés être biologiques. Un shampoing peut mentionner sur l'emballage « 98% d'ingrédients d'origine naturelle » et proposer un packaging évoquant des engagements durables de la part de la marque. Cependant, lorsqu'on examine de plus près la composition, on peut remarquer, pour certains produits, que les 2% restants sont à l'opposé de ces valeurs, et contiennent de la pétrochimie, par exemple.

Pour conclure cette discussion, la fondatrice a tenu à rappeler que l'industrie cosmétique est sujette à beaucoup de critiques en ce moment. Elle émet l'hypothèse que cela pourrait être dû au fait que tout le monde peut créer une marque dans ce secteur, sans avoir nécessairement les compétences requises. Néanmoins, dans n'importe quel domaine, il existe toujours des professionnels plus ou moins compétents et attentifs aux impacts de leurs produits.

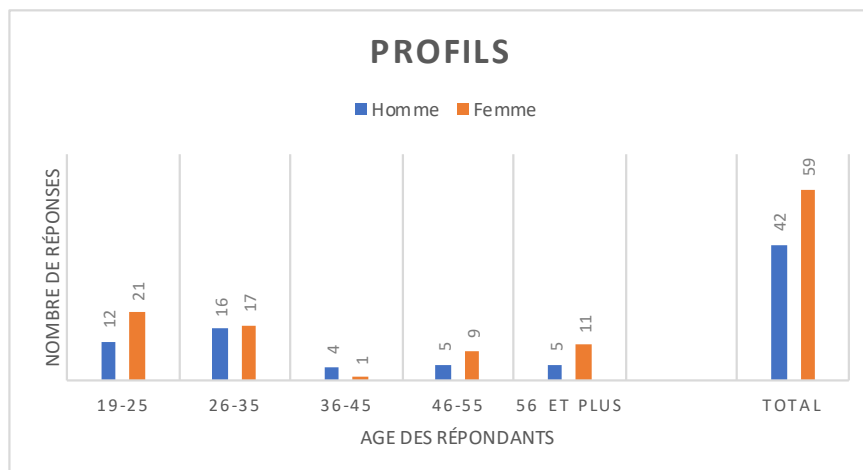
9.2 Sondage

Ce sondage a été réalisé sur le site Qualtrics et diffusé à un maximum de personnes. Il est composé de 18 questions, disponible à l'annexe 4, et concerne l'utilisation des cosmétiques. Pour des raisons de ciblage, les questions sont axées sur les produits cosmétiques, à savoir les crèmes, maquillages, parfums et produits capillaires, en dehors des produits d'hygiène. Ce choix permet de mieux comprendre le comportement de consommation ainsi que les attentes des clients.

9.2.1 Profils

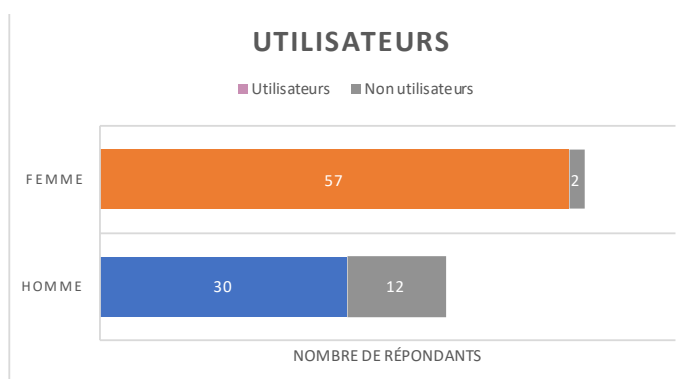
Le sondage réalisé a obtenu 101 réponses de plusieurs profils différents. La population est constituée de 42 hommes et 59 femmes, soit 42% d'hommes et 58% de femmes.

Figure 5 : Profils des répondants



Nous avons obtenu davantage de réponses des moins de 36 ans et peu de réponse de la catégorie d'âge 36-45 ans. Pour ces raisons de disparités, notre population n'est pas forcément représentative.

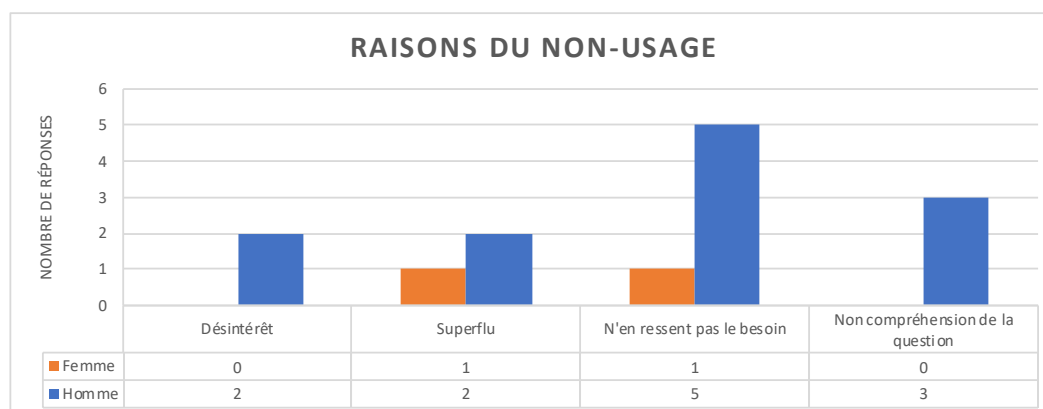
Figure 6 : Nombre d'utilisateurs



Parmi ces répondants, 87 utilisent des cosmétiques dont 30 hommes et 57 femmes. Par rapport à chaque sexe, cela représente 71% des hommes et 97% des femmes sondés. Il y a effectivement une part plus importante de femmes utilisatrices, il s'agit quasiment de la totalité des répondantes.

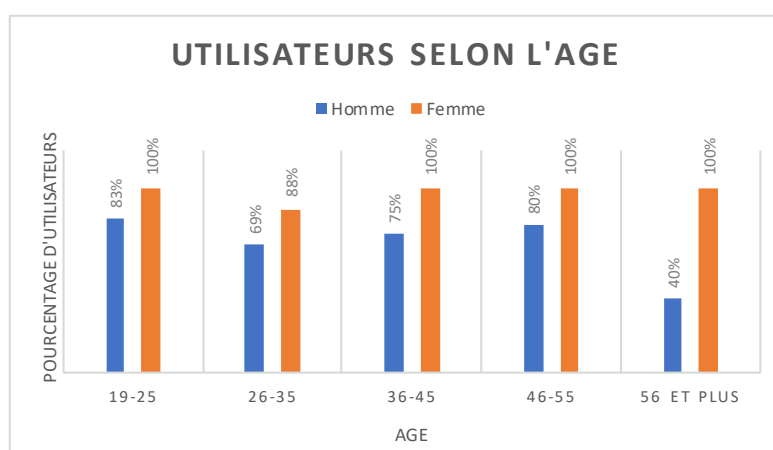
Nous souhaitons savoir le motif justifiant l'absence d'utilisation pour les 14 personnes ayant répondu « Non, je n'utilise pas de produits cosmétiques. »

Figure 7 : Raisons du non-usage



Les raisons sont les suivantes : 5 personnes (« désintéret » + « superflu ») ne s'intéressent pas aux cosmétiques et les trouvent superflus. Certains mentionnent également le fait que c'est un secteur pour lequel un besoin a été créé et qu'il ne s'agit pas d'une nécessité. 6 autres répondants n'en ressentent pas le besoin et ne pensent pas non plus qu'il soit nécessaire d'en utiliser. Finalement, 3 hommes n'ont pas réellement saisi la notion de cosmétique, malgré l'explication donnée au début du sondage. En effet, leur justification à ce non-usage était « je n'utilise pas de maquillage » et « je n'utilise que du parfum et de la cire pour cheveux ». Pour ces raisons de non-compréhension, la réponse négative à la première question ne leur a pas permis d'accéder à la suite du sondage.

Figure 8 : Age et sexe des utilisateurs

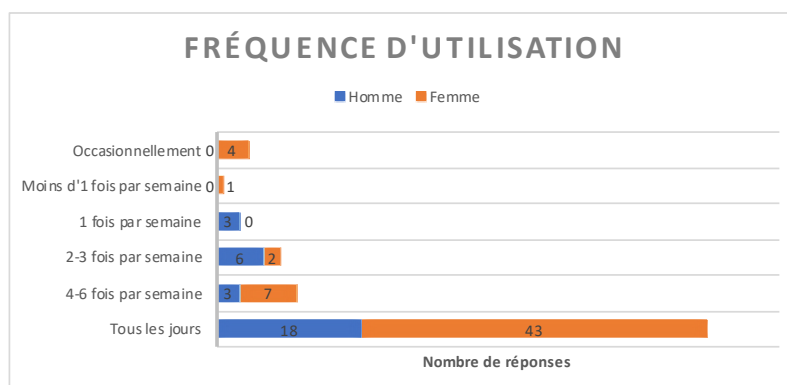


Nous n'avons pas constaté de corrélation entre l'âge et le nombre d'utilisateur, à l'exception des hommes de 56 ans et plus, où seulement 2 répondants sur 5 utilisent des produits cosmétiques. Néanmoins, au vu du peu de réponses obtenues pour cette catégorie d'âge, nous ne pouvons émettre de conclusion. De plus, les 2 uniques femmes qui n'utilisent pas de cosmétique appartiennent à la même tranche d'âge, 26-35 ans. De même, nous ne pouvons pas tirer d'analyse de ces informations.

9.2.2 Fréquence

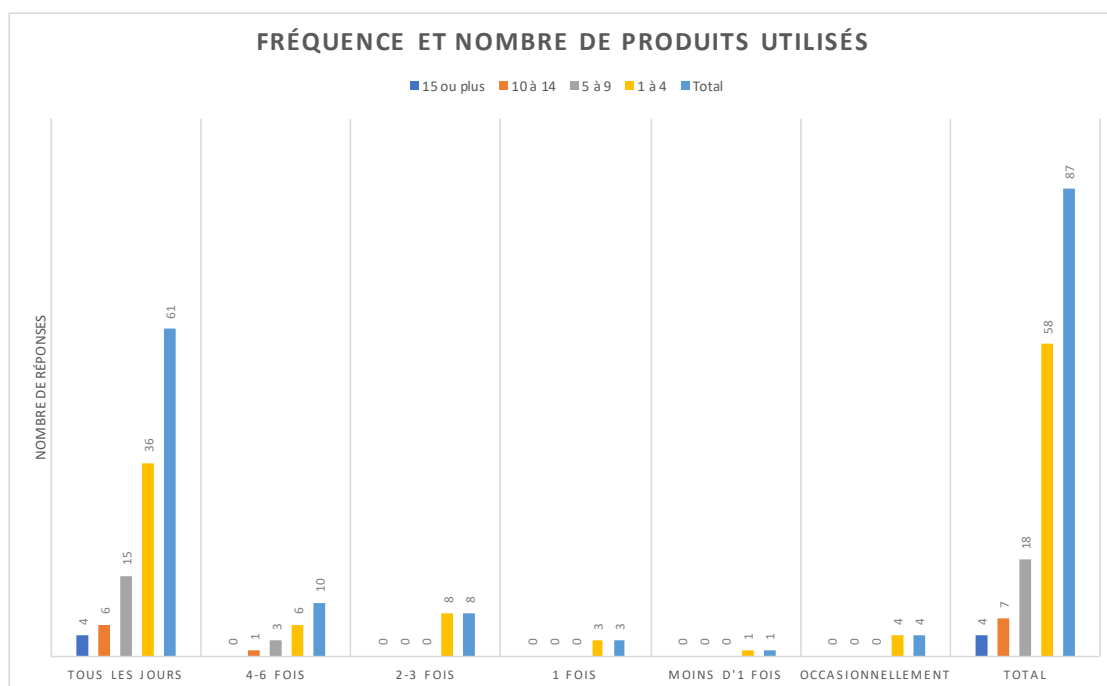
Afin de comprendre le comportement de notre échantillon, nous leur avons posé la question de leur fréquence d'utilisation des produits cosmétiques.

Figure 9 : Fréquence d'utilisation des cosmétiques



Ici, 18 hommes et 43 femmes utilisent leurs produits tous les jours, ce qui représente par sexe 60% et 75%. Il s'agit donc pour les deux sexes d'une grande majorité.

Figure 10 : Fréquence d'utilisation et nombre de produits



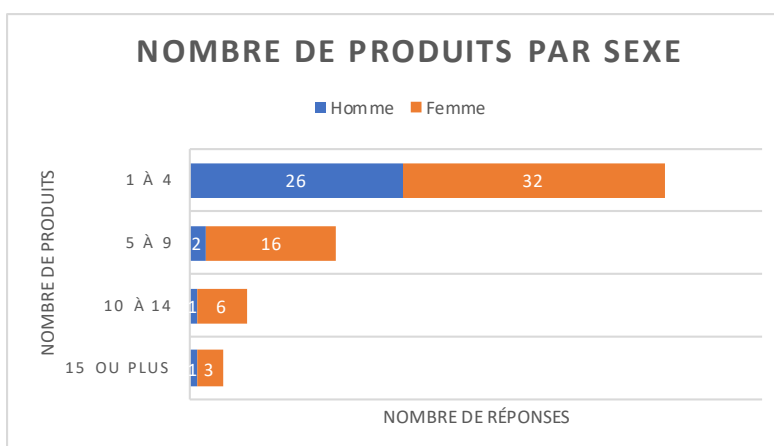
Nous remarquons que les consommateurs utilisent leurs produits au minimum 1 fois par semaine, avec une grande dominance pour les utilisateurs quotidiens. Nous constatons également, grâce aux données récoltées, que les fréquences « moins d'une fois » et « occasionnellement » sont des utilisatrices.

Il a été question de connaître le lien entre le nombre de produits utilisés et la récurrence. Nous pouvons déjà mentionner le fait que l'échantillon moyen utilise environ 5 produits par jour.

En outre, les consommateurs qui les utilisent moins de 4 fois par semaine, se servent de 4 produits maximum. Tandis que les utilisateurs « tous les jours » et « 4 à 6 fois » sont des clients qui consomment plus.

Nous voyons donc une relation entre la fréquence hebdomadaire et le nombre de cosmétiques journaliers. Les utilisateurs très fréquents ont tendance à utiliser plus de produits par jour.

Figure 11 : Relation entre le sexe et le nombre de produits utilisés



Avec ce graphique nous observons l'influence majeure du nombre de produits utilisés selon le sexe. Globalement, les hommes de ce sondage ne se servent pas de plus de 4 produits par jour. Contrairement aux femmes qui en utilisent jusqu'à 9.

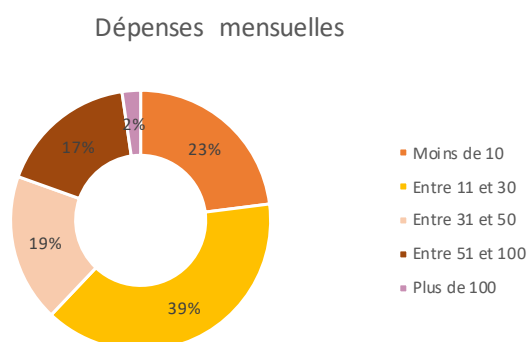
Plus précisément, la moyenne journalière de produits est de 3,5 pour les hommes et 5,5 pour les femmes. Nous remarquons donc une légère différence de mode de consommation entre les deux sexes.

9.2.3 Budget

En ce qui concerne la dépense mensuelle moyenne, elle s'élève à 30 francs environ.

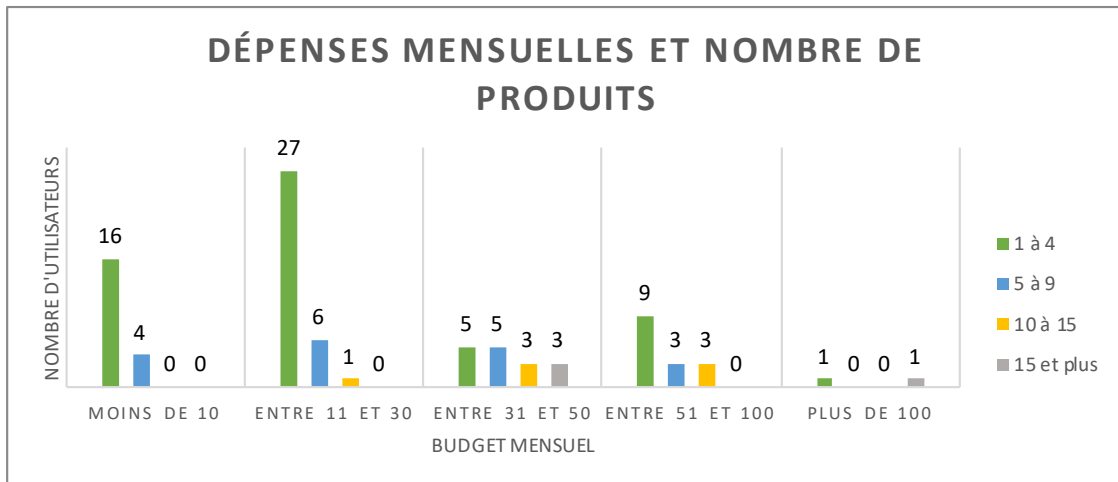
Figure 12 : Dépenses mensuelles

Près de 40% des répondants dépensent entre 11 et 30 francs et 36% sont distribués de manière assez homogène pour les budgets entre 31 et 50 francs et entre 51 et 100 francs.



Ensuite, nous voulions vérifier si cette dépense mensuelle correspond au nombre de produits consommés chaque jour.

Figure 13 : Dépenses mensuelles et nombre de produits utilisés

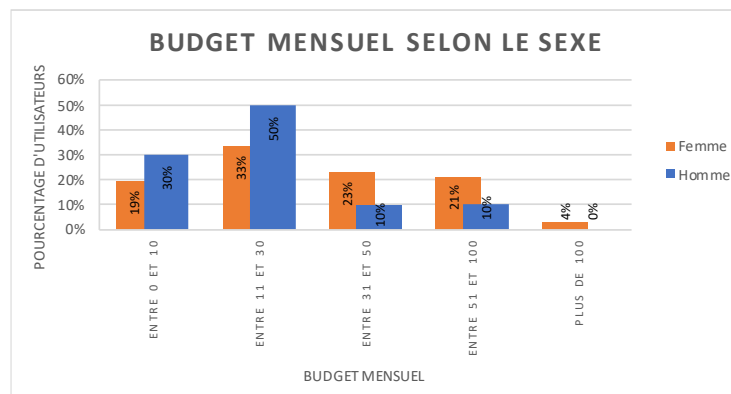


Or ici nous constatons que le budget alloué n'est pas un indicateur du nombre de cosmétiques appliqués. En effet, les utilisateurs de 10 à 15 produits ne dépensent pas forcément plus que les plus petits consommateurs. Pour illustrer ceci, nous voyons que les deux répondants qui attribuent 100 francs et plus pour leurs soins, ont une habitude d'achat bien distincte, avec 1 à 4 produits ou 15 et plus.

Nous avons ensuite analysé cette propension selon les âges et les sexes.

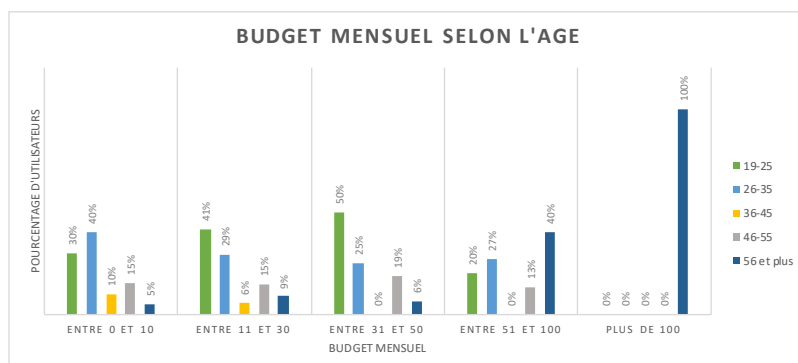
Nous remarquons alors une tendance des hommes à dépenser moins, avec une majorité ne dépassant pas les 30 francs mensuels. En étudiant les deux graphiques, nous constatons que les deux personnes ayant un budget mensuel de 100 francs et plus sont des femmes de 56 ans et plus. Ceci confirme l'analyse sociologique du PESTEL selon laquelle les générations plus âgées ont une plus grande disposition à payer.

Figure 14 : Sexe et dépenses mensuelles



Par ailleurs, nous voyons une nette progression des dépenses pour les personnes de cette tranche d'âge. En effet, il y a une part importante pour les dépenses dès 51 francs.

Figure 15 : Age et dépenses mensuelles



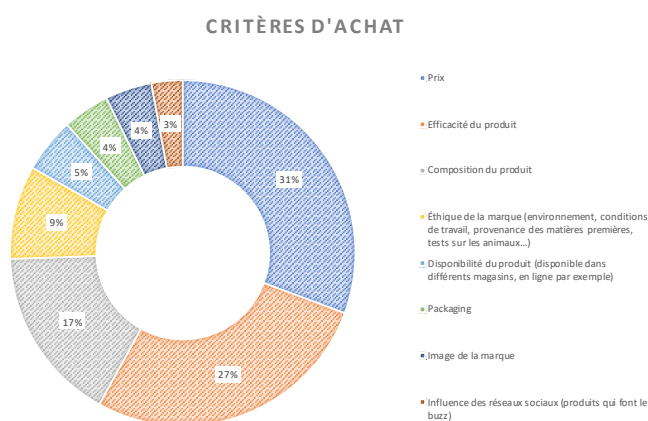
Les jeunes de moins de 25 ans allouent plutôt entre 0 et 50 francs. Tandis que les catégories d'âge entre 26 et 55 ans ont une distribution plus homogène entre 0 et 100 francs.

9.2.4 Achat

Les prochaines questions concernent les critères d'achat ainsi que la place des cosmétiques dans le quotidien de nos répondants.

Il leur était demandé quelles sont les 3 premiers critères qu'ils prennent en compte avant de passer à l'achat.

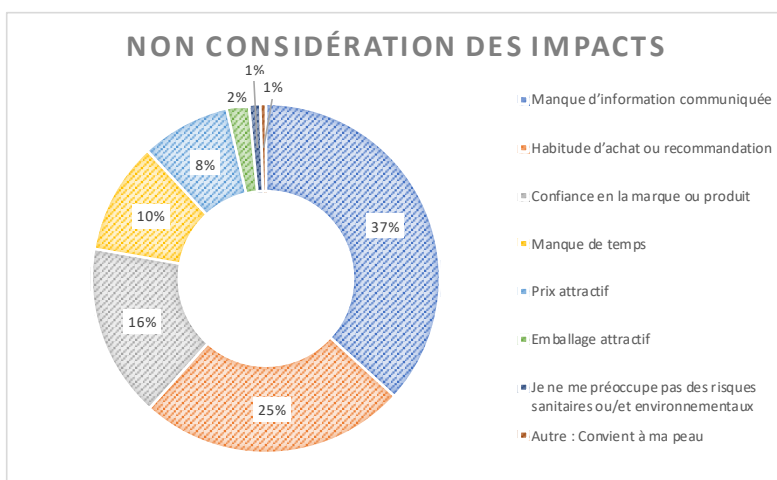
Figure 16 : Critères d'achat



Les réponses sont manifestes, pour séduire les consommateurs il faut respecter les critères du prix, d'efficacité ainsi que de la composition du produit.

Les autres critères sont plus ou moins équivalents, avec une légère priorité du critère éthique.

Figure 17 : Non considération lors de l'achat

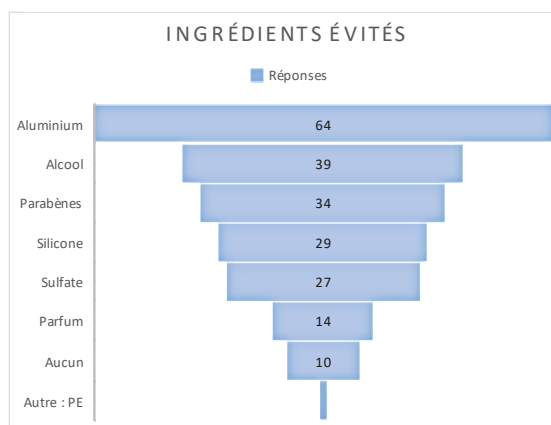


Ensuite, nous avons cherché à comprendre pourquoi les consommateurs achèteraient sans prendre en compte les potentiels impacts environnementaux ou sanitaires.

71 personnes justifient cela par le manque d'information reçue, soit 37%. Une partie des répondants, soit 48 personnes représentant 25 %, explique que, par habitude d'achat ou sur recommandation, ils ne prêtent pas nécessairement attention aux conséquences. Ensuite, 17% (16% + 1%) accordent leur confiance en la marque et aux produits qui conviennent à leurs besoins. 10% des sondés mettent en avant le manque de temps, ne leur permettant pas de s'informer et de prendre en considération ces risques avant de procéder à un achat. Finalement, le prix ou l'emballage attractif suffisent à 20 personnes pour les convaincre, soit 10%. Pour finir, 2 personnes ne se préoccupent pas des impacts pour effectuer leurs achats cosmétiques.

Parmi les critères d'achat, nous souhaitons savoir si certains ingrédients sont évités par les consommateurs. Il en est ressorti que beaucoup d'entre eux privilégient les cosmétiques sans aluminium, alcool et/ou parabènes.

Figure 18 : Ingrédients évités



Ceci montre une implication et une certaine connaissance des risques engendrés par ces substances.

Dans un objectif de comprendre leur comportement et leurs habitudes d'achat, les sondés ont mentionné s'ils ont recours à une application de scannage. Les fréquences d'utilisation sont partagées :

- 11% toujours
- 20% presque toujours
- 22% parfois
- 15% rarement
- 32% jamais

Globalement, une grande partie des participants n'utilise pas ce type d'indicateurs, malgré le fait qu'ils soient attentifs à la composition et évitent certains ingrédients dans leurs soins.

Puis, il a été question de savoir si les éléments environnants, tel que le packaging ou la publicité, sont des critères et des indicateurs de l'éthique du produit. La majorité ne s'y fie pas du tout ou alors les combine avec d'autres critères. Une grande part des sondés avouent être légèrement influencé et, finalement, 3 personnes estiment que ce sont des indicateurs clés à l'éthique du cosmétique

Tableau 1 : Perception de l'éthique

Éléments environnants	Réponses	Pourcentage
Indicateurs clés	3	3%
Je les combine à d'autres critères	27	31%
Légère influence	24	28%
Je ne m'y fie pas du tout	28	32%
Je n'ai pas d'opinion	5	6%

Les critères que les consommateurs combinent à ces éléments sont les suivants :

- Avis, conseils, recommandations 22%
- Image de la marque 19%
- Vérification de la composition 19%
- Recherches internet ou utilisation d'application 19%
- Qualité, efficacité, prix 16%
- Informations diffusées sur les réseaux sociaux 6%

Pour ceux qui ne s'y fie pas, voici les raisons :

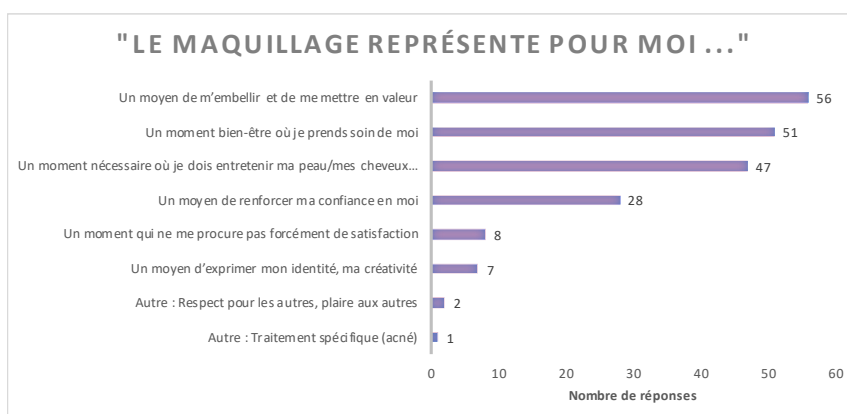
79% n'ont pas confiance envers les industries, les marques et les publicitaires. Ils se sentent manipulés et déclarent que le rôle des entreprises n'est pas de protéger les consommateurs. De plus, les sondés mentionnent les scandales, les mensonges et le greenwashing qui les rendent réticents et méfiants.

20% expliquent qu'avec ces éléments visuels de marketing, ils n'ont pas suffisamment d'information pour déclarer si un produit est éthique ou non.

Pour ces deux types de réponses, les personnes indiquent qu'elles préfèrent faire leurs propres recherches et se baser sur leurs connaissances personnelles afin de se procurer leurs produits de beauté.

Enfin, d'un point de vue plus sociologique, les répondants nous ont révélé ce que représente l'utilisation de cosmétique dans leur quotidien.

Figure 19 : Représentation du maquillage



Presque à l'unanimité, nos répondants prennent plaisir à se servir de leurs produits de beauté. Cette question est révélatrice de l'opposition entre la satisfaction obtenue et les nombreux dangers potentiels associés à leur utilisation. Cette polarité souligne

l'importance de sensibiliser et d'informer sur les risques afin que tout le monde en prenne conscience et puisse assurer une utilisation sûre tout en conservant le bien-être procuré.

9.2.5 Santé et perception

Au cours du sondage, ils ont exprimé leur ressenti sur des questions axées sur la santé.

La première de cette rubrique permet de savoir la proportion de personnes ayant déjà subi une réaction quelconque suite à l'utilisation d'un cosmétique. Plus de 60% ont répondu par la négative, ce qui est rassurant. Cela nous informe également que la plupart des avis ne sont donc pas influencés par des antécédents négatifs ; ce n'est pas à cause d'une mauvaise expérience que leur comportement aurait potentiellement changé.

Puis, nous leur avons demandé s'ils ont connaissance des risques cosmétiques sur leur santé. Ce à quoi 31% ont répondu « oui », 53% « vaguement » et 16% « non ». On peut voir qu'une grande majorité estime avoir quelques notions sur le sujet.

Ensuite, la quasi-totalité des répondants ont mentionné ne pas se sentir suffisamment informé quant aux ingrédients potentiellement nocifs sur la santé. Les 8 réponses déclarant se sentir assez informé sont toutes des femmes de plus de 26 ans, à l'exception d'un homme. Des hypothèses pouvant justifier cela sont l'intérêt porté ainsi qu'une plus grande implication pour ce sujet ou encore la sensibilisation et l'expérience sont potentiellement plus développées.

Finalement, ils ont partagé leur avis sur celui ou ceux qui devraient porter la responsabilité d'informer les consommateurs des potentiels dangers de l'industrie cosmétique sur la santé :

- Les marques ou distributeurs 37%
- Les autorités 29%
- Les professionnels de la santé 28%
- Le consommateur lui-même 7%

Les résultats sont clairs : selon les personnes sondées, ce sont surtout les producteurs qui devraient sensibiliser et mettre au courant les clients.

La dernière question de ce sondage, à titre informatif, permet d'observer la perception des répondants selon une image, la marque ou différents éléments visuels.

Je leur ai proposé 4 images de produits cosmétiques différents en leur demandant de les classer du moins à risque au plus à risque pour la santé.

Tableau 2 : Classement des produits selon images

Classement	Nombre de réponses			
	Image 1	Image 2	Image 3	Image 4
1	48	11	6	22
2	20	29	11	27
3	13	33	24	17
4	6	14	46	21

Les résultats sont assez mitigés, à l'exception de la première image qui semble mettre d'accord les sondés.

Cependant, en prenant en compte la majorité, le classement établi par les questionnés est 1, 4, 2, 3. Trois sites et applications différentes ont été utilisées pour déterminer la position des quatre produits. Les trois, avec différentes méthodes de notation, telles que des lettres de A à D, des pourcentages ou des notes sur 20, vont dans le même sens et me permettent d'établir l'ordre, indiqué en vert dans le tableau.

Cet exercice, réalisé par curiosité n'est pas forcément fiable car nous n'avons pas d'information sur les critères de réponses ; est-ce des réponses instinctives et spontanées sur la base d'images ou avaient-ils des connaissances préalables sur les produits en question ?

9.3 Témoignage

Un échange a été établi avec une consommatrice de produits de beauté qui a eu récemment une mauvaise expérience, elle témoigne.

Emma est une jeune femme de 28 ans. Elle est passionnée de cosmétiques depuis de nombreuses années et a suivi une formation en esthétique.

En janvier 2024 elle se rend dans une boutique de parfums et cosmétiques très connue, dans le but de se procurer un produit dont elle entend beaucoup parler. Il s'agit d'un gel nettoyant pour le visage, d'une marque américaine fondée en 1851, appartenant depuis quelques années au groupe L'Oréal. Cette marque, qu'elle avait l'habitude d'utiliser sans aucun problème, propose un nettoyant visage destiné à tous types de peau, décrit comme "doux et qui ne dessèche pas la peau", composé d'une trentaine d'ingrédients dont quatre sont naturels. C'est ce produit qu'Emma achète, il y a quelques mois.

Dès sa première utilisation, elle ressent une brûlure, des picotements, des démangeaisons ainsi que des plaques rouges. Malgré qu'elle n'ait jamais eu de mauvaises expériences auparavant, elle décide tout de même d'arrêter immédiatement l'usage du produit ainsi que de ces autres cosmétiques habituels.

Le lendemain, elle demande conseil à sa pharmacienne qui lui donne une pommade cicatrisante ainsi que des antihistaminiques, pensant qu'il s'agit d'une allergie. Cependant, l'application de la crème pharmaceutique accentue fortement la sensation de brûlure.

Trois jours après l'achat du gel, Emma se réveille et voit l'état de sa peau détérioré. En effet, son visage a gonflé et ses rougeurs se sont intensifiées. Elle consulte alors un médecin qui lui diagnostique des brûlures au premier et second degré, accompagnées d'œdèmes aux yeux et aux joues. Contrairement à ce qu'elle pensait, ce n'était pas une réaction allergique. S'en est suivi un traitement de trois semaines, composé d'antibiotiques, de cortisone et de bétadine à appliquer sur le visage.

A la fin du traitement, sa peau est encore très sensible, rouge, réactive à la chaleur, aux mouvements et aux efforts. Elle a aussi des marques visibles, une déshydratation et des zones de sécheresse sur le visage.

L'impact dans son quotidien a été compliqué pour elle, car travaillant dans l'hôtellerie-restauration, où elle est en contact direct avec la clientèle, la jeune femme a pour habitude

de s'apprêter et de se maquiller. De plus, durant 1 mois, elle a dû arrêter toute activité sportive, car cela provoquait de fortes sensations de brûlure.

Un mois après l'incident, Emma n'a toujours pas retrouvé totalement l'état de sa peau, la sensibilité de son visage devrait durer encore deux à trois mois, selon le médecin.

Depuis cette brûlure, elle a totalement changé ses routines de soin. Pour cause, elle ne peut plus utiliser la plupart des produits qu'elle consommait auparavant, car sa peau, encore trop sensible, réagit fortement. Désormais, elle privilégie les produits naturels.

Depuis, elle utilise uniquement des crèmes post-opératoires, des huiles végétales et des hydrolats (eaux aromatiques), et elle ne peut pas laver son visage à l'eau. Bien qu'elle puisse à nouveau se maquiller, elle doit prendre des précautions, notamment en préparant soigneusement sa peau avant l'application du maquillage. L'exposition au soleil n'est pas possible et les crèmes, mêmes dermatologiques, sont très peu supportées. Ses cicatrices sont encore visibles et sa peau reste fragile, asséchée et sensible aux brûlures.

Actuellement, 5 mois après l'incident, Emma commence à retrouver l'état initial de son visage, malgré son hypersensibilité persistante. Aujourd'hui, elle a réussi à identifier les produits adaptés, afin de soigner sa peau après cet événement.

En parallèle de son état de santé, elle a souhaité expliquer les démarches qu'elle a entrepris lors de cette période. Deux jours après la réaction du produit, Emma s'est rendue dans le magasin où elle se l'était procuré afin de demander un remboursement, ce que les vendeurs ont fait. En retour elle a notifié les effets indésirables que lui a causé le gel nettoyant et leur a également envoyé des photos de l'état de son visage les jours suivants.

Quelques jours plus tard, le magasin l'a recontacté afin de prendre de ses nouvelles et réaliser une déclaration validant sa première plainte. Emma a été informée que d'autres professionnels allaient la contacter pour réaliser une enquête approfondie sur le produit, faire différents tests et comprendre les raisons de sa mauvaise réaction aux composants.

La jeune femme a également transmis aux employés du service en question des photos ainsi qu'une lettre de son médecin, qui stipule les dommages causés et le diagnostic médical. Toutes ces démarches permettent de vérifier la sécurité d'un produit et de l'améliorer si besoin. C'est pourquoi Emma nous recommande fortement et nous rappelle l'importance de faire des retours clients auprès des magasins ou des marques et de signaler les problèmes.

10. Synthèse

10.1 Synthèse PESTEL

Tableau 3 : Synthèse de l'analyse PESTEL

Politique	
Stabilité politique en Suisse	Dépendances aux autres pays Impact des réglementations des autres pays
Économique	
Croissance du PIB Résilience de l'industrie cosmétique Augmentation de la disposition à payer pour des produits éthiques	Variations économiques Perturbations du marché
Sociologique	
Augmentation de la demande des produits éthiques, naturels, personnalisés Exigences de la qualité et efficacité des produits	Pouvoir d'achat restreint de la Gen Z qui est attentive à la santé et au bien-être Vigilance de l'influence des réseaux sociaux
Technologique	
Croissance des ventes en ligne Innovations essai virtuel, biomimétisme	Exigence des conditions environnementales de livraison
Environnemental	
Possibilité d'emballages durables	Demande des produits respectueux de l'environnement
Législatif	
Cadre légal sanitaire aligné au règlement européen facilitant le commerce	Différence des lois au niveau mondial

10.2 Synthèse des réglementations

Tableau 4 : Synthèse des réglementations sanitaires

Loi / Règlement	Résumé
Loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels LDAI	Protection de la santé du consommateur, conditions d'hygiène, tromperies sur le produit, tests sur les animaux
Ordonnance sur les cosmétiques OCOS	Critères de la création des DIP ; rapport de sécurité, description de fabrication
Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels ODAIUOs	Substances interdites dans les compositions de produits (cf Règlement européen)
Office de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV	Les cosmétiques commercialisés ne doivent présenter aucun risque pour la santé Création d'un Dossier d'Information sur le Produit (DIP)
Ordonnance sur les produits chimiques OChim	Obligations des fabricants concernant la notification des substances, classer, emballer, étiqueter Évaluer si danger pour la santé ou l'environnement
Ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques ORRChim	Se réfère au Règlement CE pour les substances interdites
Règlement européen sur les produits cosmétiques Règlement CE n°1223/2009	Substances interdites dans les compositions de produits, sécurité, étiquetage, fabrication

Après avoir étudié ces différentes lois, complexes et détaillées, je me rends compte que les normes sont rigoureuses, et devraient par conséquent renforcer la sécurité des consommateurs. Toutefois, le problème que je perçois est l'absence de considération des facteurs environnants. En effet, les lois sur les composants ne prennent pas en compte les potentiels mélanges de produits ni les conséquences sur le long terme. Certes, ces impacts sont difficiles à anticiper et cela impliquerait peut-être trop de restrictions. Néanmoins, je pense qu'il serait légitime d'informer clairement les consommateurs des éventuels risques lors de l'utilisation d'un bien quelconque.

En ce qui concerne la législation environnementale, en 2019 l'Union Européenne a adopté une initiative visant à réduire l'impact environnemental des plastiques et à promouvoir l'économie circulaire. Un document similaire, la loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (AGEC) en France, vise à éliminer les plastiques jetables d'ici 2040, avec des objectifs intermédiaires d'ici 2025. Ces initiatives affectent le secteur de la beauté, un gros consommateur de plastiques jetables.

Actuellement, la Suisse n'a pas de lois aussi strictes sur les plastiques jetables, mais elle interdit les plastiques oxodégradables depuis 2022. Dans le canton de Genève, la vaisselle jetable sera interdite d'ici 2025, et bien que la Suisse excelle dans le recyclage de certains matériaux, elle brûle encore 85% de ses déchets plastiques. Un habitant suisse produit environ 100 kg de déchets plastiques par an, soit trois fois plus que la moyenne de l'UE.

Le secteur cosmétique prend des initiatives volontaires pour réduire l'impact environnemental. Depuis 2021, en France, les entreprises de la Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA) suivent le "Plastic Act", un plan basé sur quatre principes : Réduction, Réutilisation, Recyclage et Réintégration du plastique recyclé.

Concernant les microplastiques, l'UE interdit leur ajout intentionnel dans les produits, une mesure qui s'étendra à divers produits cosmétiques d'ici 2026 à 2035. En Suisse, aucune réglementation spécifique n'existe encore pour ces particules, bien que leur impact sur la pollution marine soit significatif.

Selon moi, il est encourageant de constater que diverses initiatives sont actuellement mises en œuvre pour réduire les problèmes de pollution, avec de nouvelles législations et des entreprises qui prennent des mesures volontaires pour minimiser leurs déchets. Cependant, il existe un écart entre les normes environnementales de l'Union Européenne et celles de la Suisse. Malgré notre efficacité en matière de recyclage, notre pays ne se

conforme pas aux mêmes règles que l'UE, qui impose une législation environnementale plus contraignante. Étant donné que la Suisse aligne ses réglementations sanitaires sur le règlement européen pour faciliter le commerce, il serait judicieux d'envisager une harmonie similaire sur le point environnemental, afin de renforcer l'engagement envers la durabilité et la protection de l'environnement.

10.3 Synthèse des impacts

10.3.1 Impacts Sanitaires

L'industrie cosmétique, malgré des réglementations strictes, notamment en Europe où près de 2600 substances sont bannies, présente encore des risques sanitaires pour les utilisateurs. Parmi les problèmes courants figurent les allergies et les irritations causant des brûlures, démangeaisons, rougeurs et gonflements.

Des études ont mis en lumière des liens inquiétants entre certains cosmétiques et des maladies graves. Une recherche de l'International Journal of Cancer, montre que l'utilisation de teintures pour cheveux peut augmenter le risque de cancer du sein. De plus, l'exposition à certains perturbateurs endocriniens présents dans de nombreux produits, est associée à un risque accru d'endométriose, une maladie gynécologique impactant la fertilité.

Les ingrédients toxiques dans les cosmétiques incluent les perturbateurs endocriniens (phtalates, parabènes, alkylphénols, BHA, BHT, PFAS, et triclosans), les allergènes provenant majoritairement de parfums et huiles essentielles, et les irritants cutanés comme les huiles minérales et sulfates. Ces substances peuvent entraîner des troubles hormonaux, des problèmes de fertilité, des cancers et d'autres effets néfastes pour la santé. Par ailleurs, l'effet cocktail, résultant de l'utilisation simultanée de plusieurs produits, peut accentuer les risques.

Enfin, le phénomène de "Sephora Kids" illustre comment les impacts sanitaires des cosmétiques, peuvent varier selon les utilisateurs.

10.3.2 Impacts Environnementaux

L'industrie cosmétique contribue également à des impacts environnementaux significatifs, notamment par les déchets, le gaspillage, les emballages plastiques et l'utilisation de substances chimiques polluantes.

Ces emballages sont souvent non recyclables et constituent donc un problème majeur. Chaque année, 100 milliards sont consommés à l'échelle mondiale, dont 90% finissent dans des décharges.

Les produits invendus et invendables contribuent au gaspillage, avec des tonnes de cosmétiques jetées quotidiennement.

De plus, certains ingrédients ont des effets désastreux sur l'environnement, présents dans l'eau, le sol et l'air, ils perturbent les écosystèmes. Ces substances affectent la faune et la flore, contaminent les sols et les cours d'eau, et perturbent les systèmes reproductifs des organismes aquatiques.

En conclusion, l'industrie cosmétique a des répercussions considérables sur la santé humaine et l'environnement. Les substances chimiques utilisées engendrent des risques de maladies graves, tandis que les formulations et les modes de consommation génèrent une pollution massive et un gaspillage de ressources.

En tant que consommatrice de ces produits depuis de nombreuses années, j'ai découvert de nombreux impacts en réalisant ce travail. Malgré leur utilisation quotidienne et un intérêt personnel pour ce domaine, j'ignorais une partie de ces conséquences. Je pense que des mesures de sensibilisation sont essentielles pour atténuer ces impacts et protéger à la fois les consommateurs et l'environnement.

10.4 Synthèse des résultats

10.4.1 Rencontres

Lors de la discussion avec la fondatrice de l'entreprise, j'ai compris qu'elle était soumise aux contraintes européennes les plus strictes, comme nous l'avons étudié dans la partie des réglementations. Ces directives lui laissent peu de liberté quant à la communication envers les clients, notamment avec la nomenclature imposée. Elle a tout de même pris la décision de proposer des produits sains et d'exclure tous composants pétrochimiques, mettant en second plan les bénéfices réalisables.

Elle met un point d'honneur à la relation avec la clientèle, elle est attentive à leurs besoins et facilite leur compréhension des produits sur son site internet. Selon elle, le choix des cosmétiques passe principalement par la confiance établie avec la marque.

De plus, elle nuance l'utilisation des applications permettant de scanner les produits et d'obtenir leurs informations. Celles-ci seraient un outil d'aide mais pas toujours fiable.

Par rapport à l'environnement, l'entreprise réduit son impact environnemental en minimisant les emballages et en utilisant des matériaux recyclés. Cependant, certains produits nécessitent des emballages supplémentaires pour des raisons d'hygiène et de sécurité. La fondatrice a également exploré des alternatives d'emballages durables mais a constaté que leur production énergivore ne permet pas de résoudre les problèmes environnementaux actuels.

Pour finir, la fondatrice insiste sur l'importance de la transparence et de l'intégrité, ainsi que sur la nécessité d'une meilleure sensibilisation des consommateurs.

Concernant l'échange avec la jeune femme, il permet de concrétiser un problème sanitaire causé par un produit de beauté. Un usage anodin peut entraîner des répercussions significatives, comme cela a été le cas pour Emma. Cet incident l'a affectée durant les cinq mois suivants et continue d'impacter sa consommation actuelle et probablement future. Son expérience souligne l'importance de la vigilance dans le choix des produits. De plus, il est important de tester les nouveaux cosmétiques sur une petite zone de peau, comme la main, pour détecter d'éventuelles allergies.

10.4.2 Sondage

Le sondage, composé de 42 hommes et 59 femmes, révèle que 71% des hommes et 97% des femmes utilisent des produits cosmétiques, soit une part significative d'utilisatrices parmi les femmes. Les principales raisons pour lesquelles certains répondants n'utilisent pas de cosmétiques incluent le manque d'intérêt et la perception de ces produits comme superflus. Aucune corrélation claire n'a été observée entre l'âge et l'utilisation de cosmétiques, sauf chez les hommes de plus de 56 ans, où l'utilisation est moindre. Cependant, les données ne sont pas suffisantes pour des conclusions définitives.

La majorité des hommes (60%) et des femmes (75%) utilisent des produits cosmétiques quotidiennement, avec une moyenne de 3,5 produits par jour pour les hommes et 5,5 pour les femmes. Ces chiffres sont inférieurs aux moyennes énoncées dans la revue littéraire, car nous ne prenons pas en compte les produits d'hygiène dans les données récoltées. Il existe une corrélation entre la fréquence d'utilisation hebdomadaire et le nombre de produits utilisés quotidiennement, les utilisateurs plus fréquents tendent à utiliser un plus grand nombre de produits.

Le sondage révèle que la dépense mensuelle moyenne des consommateurs de cosmétiques est d'environ 30 francs, sans corrélation évidente entre le budget et le

nombre de produits utilisés quotidiennement. Nous avons vu avec la revue littéraire une dépense moyenne estimée à 25 francs mensuel. Cet écart, relativement faible, est peut-être dû à l'inégalité des sexes ou des âges des sondés. Enfin, les hommes tendent à dépenser moins que les femmes, avec une majorité ne dépassant pas 30 francs par mois.

Les principaux critères d'achat sont le prix, l'efficacité et la composition du produit, avec une importance croissante de l'éthique. Comme mentionné au cours de l'analyse littéraire, les consommateurs sont de plus en plus attentifs à leur santé et à une consommation éthique et responsable. La majorité des répondants justifie des achats sans considération des impacts environnementaux ou sanitaires par un manque d'information, des habitudes d'achat ou la confiance en la marque. Bien qu'ils soient conscients des risques de certains ingrédients, ils n'utilisent pas systématiquement des applications de scannage pour vérifier la composition des produits.

Même si la majorité des répondants n'ont pas subi de réactions négatives aux cosmétiques, ils estiment ne pas être suffisamment informés sur les ingrédients nocifs et pensent que cette responsabilité incombe principalement aux marques et aux distributeurs.

La majorité des participants disent ne pas se fier aux éléments visuels comme le packaging ou la publicité pour définir l'éthique du produit. En effet, ils préfèrent se baser sur des avis, des recommandations et leurs propres recherches en raison d'une méfiance généralisée envers les industries cosmétiques.

En conclusion, les consommateurs trouvent une satisfaction et un bien-être dans l'utilisation de leurs produits de beauté. Cependant, les informations transmises et la communication des marques ne suffisent pas à respecter leurs attentes éthiques en matière de responsabilité et de durabilité.

11. Recommandations

Après ces diverses analyses de l'industrie et après avoir entendu les opinions des utilisateurs, voici quelques recommandations qui pourraient être bénéfiques pour responsabiliser davantage sa propre consommation de cosmétiques.

Comme nous l'avons compris, la réglementation européenne sur les cosmétiques est très stricte et contraignante pour les producteurs. Cependant, cela n'empêche pas la commercialisation de produits à risque pour l'environnement et la santé. C'est pourquoi les suggestions adressées aux consommateurs proposent des pratiques pour tenter de minimiser les impacts négatifs.

11.1 Sensibilisation, recherches et IA

La première recommandation est d'effectuer des recherches avant l'achat, à propos de la marque, ses valeurs, ses pratiques ou encore lire les avis des consommateurs. Il est également recommandé de s'informer sur les impacts des cosmétiques en général, favorisant la prise de conscience et le développement d'une sensibilisation et d'une attention particulière lors de prochains achats.

Voici une suggestion pour faciliter les renseignements préachat. En effet, il est possible d'améliorer sa compréhension des nomenclatures INCI grâce à internet et à l'IA.

J'ai souhaité comprendre la composition de ma crème de jour. Pour ce faire je me suis rendue sur un site en ligne vendant mon produit, afin de copier la liste des ingrédients, comme il est obligatoire de les mentionner sur tous les sites.

Figure 20 : Prompt IA

J'ai ensuite demandé à un ChatBot, ici ChatGPT¹, de m'expliquer la composition de mon produit, en langage courant. Voici un extrait de sa réponse.

- 🗨️ Bien sûr ! Voici une explication en langage courant des ingrédients de ta crème de jour :
1. **Snail secretion filtrate** : C'est une sécrétion d'escargot, connue pour ses propriétés réparatrices et hydratantes pour la peau.
 2. **Betaine** : Un dérivé de la betterave à sucre qui aide à hydrater et à protéger la peau.
 3. **Caprylic/capric triglyceride** : Un mélange d'huiles dérivées de la noix de coco, qui hydrate la peau et aide à donner une texture lisse à la crème.
 4. **Butylene glycol** : Un agent hydratant qui aide aussi à rendre la crème plus fluide et à mieux pénétrer la peau.
 5. **Cetearyl olivate** et **Sorbitan olivate** : Dérivés de l'huile d'olive, ces ingrédients aident à émulsifier (mélanger) les composants de la crème et apportent des bienfaits hydratants.
 6. **Cetearyl alcohol** : Un alcool gras qui aide à stabiliser et à épaissir la crème, tout en ayant des propriétés émoullissantes pour adoucir la peau.

¹ Réponse générée par GPT-4, OpenAI. Prompt utilisé : 'Comprendre la composition de ma crème' [accédé le 27 juin 2024]. Voir annexe 5

Cette alternative devrait être réalisée avant un achat et permet de simplifier les recherches. Certes, cela nécessite du temps, néanmoins, cette méthode est accessible à réaliser et rapide par rapport à une étude de chacune des substances. Cette recommandation permet également de se familiariser avec les ingrédients, facilitant leur identification sur les étiquettes.

11.2 Cosmétiques labellisés, naturels ou solides

Une autre suggestion, qui est compatible avec la première recommandation, est de se diriger vers d'autres produits. Favoriser les cosmétiques labellisés ou avec des ingrédients naturels permet de choisir des options potentiellement plus sûres et plus respectueuses de l'environnement. Bien que je ne puisse pas affirmer que tous les produits ayant un label soient sans danger potentiel, ils sont strictement contrôlés par des organismes compétents externes et doivent faire preuve d'améliorations constantes pour maintenir leur certification.

Cependant, il est important de rester attentif aux emballages attractifs qui mettent en avant une composition saine et un pourcentage élevé d'ingrédients naturels. Comme nous l'avons analysé, ces produits peuvent être trompeurs. Il est donc crucial d'être vigilant et de se renseigner sur la composition exacte avant de procéder à un achat.

Les produits de beauté ayant peu d'ingrédients et sans pétrochimie ou d'origine synthétique, par exemple, sont également une option. Ils permettent une compréhension des ingrédients plus accessible et peuvent minimiser les potentiels effets, dont l'effet cocktail, cité précédemment.

Enfin, vous pouvez également vous tourner vers des produits solides. D'un point de vue environnemental, ils réduisent les déchets plastiques et certains ont une formulation moins synthétique, sans conservateur ou additifs. Toutefois, il ne s'agit pas d'une généralité, il est important de prendre connaissance de la composition pour chaque cosmétique solide.

11.3 Applications et plateformes d'évaluation

Cette recommandation consiste à utiliser des applications et des sites internet dédiés à l'évaluation des cosmétiques, une pratique déjà adoptée par certains consommateurs. Ces outils permettent d'obtenir rapidement une idée générale de la qualité d'un produit. Bien qu'ils ne soient pas totalement fiables, comme le révèle notre interview, ils fournissent des informations détaillées sur toutes les substances et suggèrent des alternatives similaires aux produits évalués. Par ailleurs, ils sont faciles d'utilisation et

proposent des articles scientifiques liés aux composants présentes dans le produit évalué, permettant d'approfondir ses connaissances.

11.4 Minimiser sa consommation

Enfin, la dernière suggestion est élémentaire mais importante, puisqu'elle vise à réduire sa consommation de cosmétiques. Effectivement, si nous sommes en mesure de limiter le nombre de produits utilisés chaque jour, cela peut avoir un bénéfice économique et environnemental. En outre, une approche minimaliste aurait également des avantages, en consommant notamment un seul produit à la fois, le consommateur évite ainsi le gaspillage dû à la date de péremption. Ce changement de mode de consommation peut aider à réduire les impacts environnementaux et sanitaires.

12. Conclusion

En revenant à la partie introductive, nous constatons que les objectifs des cosmétiques dans l'Égypte antique n'ont pas totalement changé. En effet, ils servent toujours à embellir, protéger et potentiellement soigner. Néanmoins, la composition des produits ayant radicalement évolué, ces objectifs ne sont plus toujours atteints, en raison des potentiels effets indésirables.

Les consommateurs d'aujourd'hui attendent une éthique en matière de durabilité de la part de l'industrie cosmétique. Ils aspirent à une transparence envers les clients, au respect de l'environnement et des ressources ainsi qu'à la sécurité d'usage pour la santé humaine. Pour répondre à ces souhaits, le secteur cosmétique doit adopter des pratiques responsables, notamment dans la conception des produits, tant au niveau des emballages que de la formulation des cosmétiques.

Actuellement, l'industrie engendre d'importants impacts sanitaires. Bien que la production soit soumise à de multiples règles, l'utilisation de cosmétiques présente de nombreux risques pour l'Homme. Ces dangers sont causés par la présence de certaines substances, considérées comme non néfastes à faible dose. Les conséquences sont variées et plus ou moins graves, allant d'une réaction allergique à des problèmes de fertilité ou à des maladies cancéreuses.

Parallèlement, l'industrie génère d'importants impacts environnementaux, notamment à travers la production de déchets, le gaspillage, les emballages plastiques non recyclables, et l'utilisation de substances chimiques polluantes. Ces dernières nuisent à la faune et à la flore, contaminent les sols et les cours d'eau, et perturbent les écosystèmes.

Les recommandations proposées ne font pas appel à de nouvelles législations, car l'objectif de ce travail est de favoriser la compréhension des consommateurs. Les propositions mettent en avant l'importance d'anticiper ses achats afin de réaliser des recherches sur la marque ou le produit ainsi que sur leurs compositions détaillées. Elles encouragent également à privilégier les cosmétiques labellisés, naturels ou solides, tout en étant attentif à la composition. Enfin, les options plus radicales suggèrent de minimiser sa consommation de produits, contribuant ainsi des achats plus réfléchis en limitant les impacts environnementaux et sanitaires.

Grâce à ce travail, j'ai pris conscience des impacts de l'industrie cosmétique. Selon moi, elle manque de réglementation environnementale spécifique et malgré les législations sanitaires strictes, les risques pour les consommateurs ne sont pas exclus.

Bibliographie

24HEURES, 2019. Environnement – Lutte contre le plastique: la Suisse pas au top. *24 heures* [en ligne]. 16 juillet 2019. Disponible à l'adresse : <https://www.24heures.ch/lutte-contre-le-plastique-la-suisse-pas-au-top-725101588538> [consulté le 8 avril 2024].

ABEGG, Adeline, 2022. 7 alternatives au plastique dans les emballages. *CITEO* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.citeo.com/pratique-circulaire/7-alternatives-au-plastique-dans-les-emballages> [consulté le 20 juin 2024].

ACHHAB, Farah, 2022. Le parfum dans l'Egypte antique : entre rituels magiques et cultes divins. *Un souffle d'histoires* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://unsouffledhistoires.com/2022/02/11/le-parfum-dans-legypte-antique-entre-rituels-magiques-et-cultes-divins/> [consulté le 10 avril 2024].

ADEME et COSMED, 2023. *Réduction des gaz à effet de serre : un Guide de Cosmed et de l'ADEME* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.cosmed.fr/reduction-des-gaz-a-effet-de-serre-un-guide-de-cosmed-et-de-lademe/> [consulté le 13 juin 2024].

AGENCE NATIONALE DE SÉCURITÉ DU MÉDICAMENT ET DES PRODUITS DE SANTÉ, 2021. Liste des produits cosmétiques. *ANSM* [en ligne]. 8 février 2021. Disponible à l'adresse : <https://ansm.sante.fr/page/liste-des-produits-cosmetiques> [consulté le 27 avril 2024].

ALVAREZ&MARSAL, 2022. *Inflation: plus fort impact sur les consommateurs suisses de cosmétiques de luxe* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.allnews.ch/content/points-de-vue/inflation-plus-fort-impact-sur-les-consommateurs-suisse-de-cosmetiques-de-luxe> [consulté le 11 juin 2024].

AMED, Imran et al., 2023. *The beauty market in 2023: New industry trends | McKinsey* [en ligne]. McKinsey & Company. Disponible à l'adresse : <https://www.mckinsey.com/Industries/Retail/Our-Insights/The-beauty-market-in-2023-A-special-State-of-Fashion-report> [consulté le 24 mars 2024].

ANALYSTS, Morningstar, 2018. Pourquoi l'industrie cosmétiques est-elle résiliente? *Morningstar FR* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.morningstar.fr/fr/news/172750/pourquoi-lindustrie-cosmetiques-est-elle-resiliente.aspx> [consulté le 11 juin 2024].

BARTH, Isabelle, 2023. L'apparence physique, cette discrimination impensée en entreprise. *HBR France* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.hbrfrance.fr/carriere/lapparence-physique-cette-discrimination-impensee-en-entreprise-60314> [consulté le 24 mars 2024].

BOISSONNAT, Françoise, 2023. Cosmétique et environnement : il faut sauver la peau de la planète! *France 3 Auvergne-Rhône-Alpes* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/puy-de-dome/clermont-ferrand/cosmetique-et-environnement-il-faut-sauver-la-peau-de-la-planete-2769294.html> [consulté le 17 juin 2024].

BORAU, Sylvie et VERNETTE, Eric, [sans date]. *Les femmes et les images de la beauté féminine dans la communication publicitaire : une étude exploratoire* [en ligne]. Disponible à l'adresse : http://archives.marketing-trends-congress.com/2010/Materiali/Paper/Fr/Borau_Vernette.pdf [consulté le 20 mars 2024].

BOULEAU, Alice, 2023. *Asteres - Febea - cosmétiques point fort France* [en ligne]. Cabinet Asterès. Etude économique. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/sites/default/files/2024-03/VF%20-%20Asteres%20->

[%20Febea%20-%20cosm%C3%A9tiques%20point%20fort%20France%20-%20120523.pdf](#) [consulté le 5 juillet 2024].

BRAND FINANCE, 2022. *Marques de produits cosmétiques : valeur de marque dans le monde 2022* [en ligne]. Statista. Statista. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/statistiques/563787/valeur-de-marque-principales-marques-de-cosmetiques-monde/> [consulté le 11 juin 2024].

BRÉNOM, Françoise et ROUSSEL, Gérard, 2018. *La beauté et la dermo-cosmétique.pdf*. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <http://www.mediachimie.org/sites/default/files/Chimistes-beaute-dermo-cosmetique.pdf> [consulté le 14 avril 2024].

BRÜCKER, Oriana et MÄDER, Eric, 2023. *Cours : Ethique HEG 23/24 - Valeurs et organisation* [en ligne]. 2023. Disponible à l'adresse : [https://cyberlearn.hes-so.ch/pluginfile.php/1619329/mod_resource/content/1/Ethique Cours 2023 2 Lundi%20810h15%29.pdf](https://cyberlearn.hes-so.ch/pluginfile.php/1619329/mod_resource/content/1/Ethique_Cours_2023_2_Lundi%20810h15%29.pdf) [consulté le 5 juillet 2024].

BRUNEAU, Marie, 2021. *Le marché de la beauté en ligne : les grandes tendances. Lengow* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://blog.lengow.com/fr/tendances-e-commerce/le-marche-de-la-beaute-en-ligne/> [consulté le 12 juin 2024].

BUNDELE, Jaya et DESHMUKH, Roshan, 2023. *Cosmetics Market Size, Share, Industry Growth Statistics 2032* [en ligne]. Allied Market Research. Disponible à l'adresse : <https://www.alliedmarketresearch.com/cosmetics-market> [consulté le 10 avril 2024].

BUSINESSFRANCE, 2019. *La cosmétique française en Suisse_2019.pdf* [en ligne]. Ambassade de France en Suisse. Disponible à l'adresse : https://www.businessfrance.fr/Media/Production/Agenda/La%20cosmetique%20francaise%20en%20Suisse_2019.pdf [consulté le 30 juin 2024].

BUTTERLY, Amelia, 2017. *Nars make-up boycotted, after cosmetics tested on animals in China. BBC* [en ligne]. 29 juin 2017. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.com/news/newsbeat-40440306> [consulté le 27 mars 2024].

CALLAGHAN, Shaun et al., 2023. *The top wellness trends in 2024 | McKinsey* [en ligne]. McKinsey&Company. Disponible à l'adresse : <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-trends-defining-the-1-point-8-trillion-dollar-global-wellness-market-in-2024> [consulté le 12 juin 2024].

CARTWRIGHT, Mark et CARTWRIGHT, Babeth, 2019. *Cosmétiques dans l'Antiquité. Encyclopédie de l'Histoire du Monde* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.worldhistory.org/trans/fr/2-1441/cosmetiques-dans-lantiquite/> [consulté le 14 avril 2024].

CERNANSKY, Rachel, 2021. *Beauty has a waste problem, and it's not packaging. Vogue Business* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.voguebusiness.com/sustainability/beauty-has-a-waste-problem-and-its-not-packaging> [consulté le 8 avril 2024].

CF - ODAIOUS, 2016. *RS 817.02 - Ordonnance du 16 décembre 2016 sur les denrées alimentaires et les objets usuels | Confédération Suisse* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/63/fr> [consulté le 16 mars 2024].

CHITRAKORN, Kati, 2016. *Cosmétiques : vers la fin des tests sur les animaux ? Le Monde.fr* [en ligne]. 15 mars 2016. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/m-mode-business-of-fashion/article/2016/03/15/cosmetiques-vers-la-fin-des-tests-sur-les-animaux_4883437_4497393.html [consulté le 16 mars 2024].

COLLINS, Sarah D., 2023. Men's Use of Personal Care Products, and Chemicals They Contain, Has Doubled in 20 Years. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.healthday.com/health-news/public-health/personal-care-products-2662314074.html> [consulté le 14 avril 2024].

COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU DÉVELOPPEMENT DURABLE, 2023. Certains produits contenant des microplastiques interdits à la vente. *Gouvernement français* [en ligne]. 19 décembre 2023. Disponible à l'adresse : <http://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/breves/article/certains-produits-contenant-des-microplastiques-interdits-a-la-vente> [consulté le 6 avril 2024].

COMMISSION EUROPÉENNE, 2020. Santé et sécurité: Irritants cutanés - SAMANCTA. [en ligne]. 15 juillet 2020. Disponible à l'adresse : https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/SAMANCTA/FR/Safety/SkinIrritants_FR.htm [consulté le 15 mai 2024].

COMMISSION EUROPÉENNE, 2023a. *Règlement (UE) 2023/1545* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32023R1545>

COMMISSION EUROPÉENNE, 2023b. Protection de l'environnement et de la santé : la Commission adopte des mesures pour limiter les microplastiques ajoutés intentionnellement - Commission européenne. [en ligne]. 25 septembre 2023. Disponible à l'adresse : https://france.representation.ec.europa.eu/informations/protection-de-l-environnement-et-de-la-sante-la-commission-adopte-des-mesures-pour-limiter-les-2023-09-25_fr [consulté le 6 avril 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - LDAI, 2014. *RS 817.0 - Loi fédérale du 20 juin 2014 sur les denrées alimentaires et objets usuels* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/62/fr> [consulté le 20 avril 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - LPE, 1983. *RS 814.01 - Loi fédérale du 7 octobre 1983 sur la protection de l'environnement* [en ligne]. Disponible à l'adresse : https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1984/1122_1122_1122/fr [consulté le 29 mars 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - OCHIM, 2015. *RS 813.11 - Ordonnance du 5 juin 2015 sur la protection contre les substances et les préparations dangereuses* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2015/366/fr#a1> [consulté le 29 mars 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - OEB, 2000. *Ordonnance sur les emballages pour boissons* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.fedlex.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/cc/2000/299/20080101/fr/pdf-a/fedlex-data-admin-ch-eli-cc-2000-299-20080101-fr-pdf-a-1.pdf> [consulté le 29 mars 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - OFEV, 2021. Emballages. *Confédération Suisse* [en ligne]. 27 juillet 2021. Disponible à l'adresse : <https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themen/thema-abfall/abfallwegweiser--stichworte-a--z/verpackungen.html> [consulté le 29 mars 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - OFEV, 2023. Octylphénol, nonylphénol et leurs éthoxylates. *Confédération Suisse* [en ligne]. 6 septembre 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themen/thema-chemikalien/chemikalien--fachinformationen/chemikalien--bestimmungen-und-verfahren/octylphenol--nonylphenol.html> [consulté le 17 juin 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - ORRCHIM, 2005. *RS 814.81 - Ordonnance du 18 mai 2005 sur la réduction de risques liés aux produits chimiques* [en ligne]. Disponible à l'adresse :

https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2005/478/fr#annex_1_17/lv_l_u1 [consulté le 14 juin 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - OSAV, 2023. *Cosmétiques* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.blv.admin.ch/blv/fr/home/gebrauchsgegenstaende/kosmetika-schmuck/kosmetika.html> [consulté le 16 mars 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - OSAV, 2024. *Exigences légales spécifiques pour les cosmétiques* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.blv.admin.ch/blv/fr/home/gebrauchsgegenstaende/rechts-und-vollzugsgrundlagen/gesetzliche-anforderungen-kosmetika.html> [consulté le 20 avril 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - SECO, 2022. Perturbateurs endocriniens. *Confédération Suisse* [en ligne]. 11 novembre 2022. Disponible à l'adresse : https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Arbeit/Arbeitsbedingungen/Chemikalien-und-Arbeit/Projekte-und-Dokumente/endokrine_disruptoren.html [consulté le 4 mai 2024].

CONFÉDÉRATION SUISSE - SECO, 2024. Responsabilité sociétale des entreprises (RSE). *Confédération Suisse* [en ligne]. 11 juin 2024. Disponible à l'adresse : https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/nachhaltigkeit_unternehmen/gesellschaftliche_verantwortung_der_unternehmen.html [consulté le 14 juin 2024].

COSSARDEAUX, Joël, 2020. Cosmétiques : la revue « 60 millions de consommateurs » pointe des risques. *Les Echos* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.lesechos.fr/industrie-services/energie-environnement/cosmetiques-la-revue-60-millions-de-consommateurs-pointe-des-risques-1237266> [consulté le 15 juin 2024].

CRUELTY FREE INTERNATIONAL, 2024. Cosmetics | Cruelty Free International. [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://crueltyfreeinternational.org/make-change/cosmetics> [consulté le 27 mars 2024].

DAVID, Romain, 2024. PFAS : ce que contient la proposition de loi contre les « polluants éternels », adoptée à l'unanimité au Sénat. *Public Sénat* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.publicsenat.fr/actualites/environnement/pfas-le-senat-adopte-une-proposition-de-loi-pour-limiter-les-polluants-eternels> [consulté le 17 juin 2024].

DEMIERRE-BUELER, Valérie, 2024. Les préados succombent à la tendance « skincare » malgré les risques. *rts.ch* [en ligne]. 12 juin 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/societe/2024/article/les-preados-succombent-a-la-tendance-skincare-malgre-les-risques-28535471.html> [consulté le 13 juin 2024].

DESCLOS, Cécile, 2019. Cosmétique sur-mesure et nouvelles technologies : un nouveau marché. *Les Echos Etudes* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.lesechos-etudes.fr/boutique/cosmetique-technologie-721> [consulté le 13 juin 2024].

DFI - OCOS, 2016. *RS 817.023.31 - Ordonnance du DFI du 16 décembre... | Confédération Suisse* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/165/fr> [consulté le 16 mars 2024].

DILY, Lea, 2022. Certifications, normes ou labels : de quoi parle-t-on dans le monde des cosmétiques ? *Adone Conseil* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.adoneconseil.fr/actualites/certifications-normes-ou-labels-de-quoi-parle-t-on-dans-le-monde-des-cosmetiques> [consulté le 19 juin 2024].

DILY, Lea, 2023. L'impact des nouvelles lois environnementales sur le secteur cosmétique. *Adone Conseil* [en ligne]. 31 août 2023. Disponible à l'adresse :

<https://www.adoneconseil.fr/actualites/limpact-des-nouvelles-lois-environnementales-sur-le-secteur-cosmetique> [consulté le 8 avril 2024].

DONAIRE, Sylvie, 2023. Histoire du maquillage, des cosmétiques et du parfum. In : *Arts appliqués*, pp. 1-4 [en ligne]. Rose Carmin. Disponible à l'adresse : <https://adonis.lalib.fr/E9782370540416.pdf> [consulté le 10 avril 2024].

DOOLAN, Kirsty, 2024. "Biology can do what chemistry is not able to": biotechnology & 'natural' beauty ingredients. *cosmeticsdesign-europe.com* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.cosmeticsdesign-europe.com/Article/2024/01/12/Biomimetics-biotech-for-natural-beauty-ingredients> [consulté le 13 juin 2024].

DR HSU, Christophe, [sans date]. Problèmes de peau provoqués par les produits cosmétiques « Globale Dermatologie. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.globale-dermatologie.com/problemes-de-peau-provoques-par-les-produits-cosmetiques.html#.VdmR4c78s4Z> [consulté le 15 juin 2024].

DR JONES, Oliver et PR SELINGER, Ben, 2015. The chemistry of cosmetics. *Australian Academy of Science* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.science.org.au/curious/people-medicine/chemistry-cosmetics> [consulté le 14 avril 2024].

DR JUNEAU, Martin, 2021. Les phtalates : une composante de certains plastiques et produits cosmétiques nuisible à la santé humaine. *Observatoire de la prévention de l'Institut de Cardiologie de Montréal* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://observatoireprevention.org/2021/11/23/les-phtalates-une-composante-de-certains-plastiques-et-produits-cosmetiques-nuisible-a-la-sante-humaine/> [consulté le 4 mai 2024].

DRE STÉPHANIE, 2023. Les allergènes dans les cosmétiques et leur réglementation. *Typology Paris* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.typology.comhttps://www.typology.com/carnet/quels-sont-les-composants-allergenes-a-eviter> [consulté le 9 mai 2024].

EASSAFE, 2019. Histoire de cosmétiques. *Eassafe* [en ligne]. 17 avril 2019. Disponible à l'adresse : <https://www.eassafe.com/articles/histoire-de-cosmetiques-40/id/40> [consulté le 10 avril 2024].

ECOCERT, 2023. Contribuez à la beauté de demain grâce à une cosmétique durable | Ecocert. [en ligne]. 20 janvier 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.ecocert.com/fr-TN/article/5091870> [consulté le 24 mars 2024].

ECOCERT, 2024. Au-delà de l'Étiquette: décryptage de la beauté consciente et certifiée. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.ecocert.com/fr-CA/article/au-dela-de-l-etiquette-decryptage-de-la-beaute-consciente-et-certifiee-5092275> [consulté le 1 juin 2024].

EDGE BY ASCENTIAL, 2024. Cosmétique : le boom du e-commerce. [en ligne]. 4 juin 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.laposte.fr/entreprise-collectivites/actualites/cosmetique-boom-e-commerce> [consulté le 12 juin 2024].

ETIENNE, 2019. Cosmétiques et pollution de l'environnement : comment consommer responsable ? *Planete Durable* [en ligne]. 27 octobre 2019. Disponible à l'adresse : <http://www.planete-durable.com/cosmetiques-et-pollution-comment-consommer-responsable/> [consulté le 18 juin 2024].

EUROMONITOR, 2024. *Statistics - Euromonitor: Passport* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.portal.euromonitor.com/statisticsevolution/index> [consulté le 24 mars 2024].

EUROPARAT et EUROPÄISCHE KOMMISSION (éd.), 2008. *Rethinking consumer behaviour for the well-being of all: reflections on individual consumer responsibility*. Strasbourg : Council of Europe Publishing. ISBN 978-92-871-6482-7.

EUROPEAN CHEMICALS AGENCY, 2024. Cosmetics products Regulation, prohibited substances. [en ligne]. 14 juin 2024. Disponible à l'adresse : https://echa.europa.eu/cosmetics-prohibited-substances?p_p_id=eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_orderByCol=rmlName&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_substance_identifier_field_key=&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_orderByType=asc&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_doSearch=&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_deltaParamValue=50&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_resetCur=false&eucleflegislationlist_WAR_euclefportlet_delta=200 [consulté le 15 juin 2024].

FASHIONNETWORK, 2023. La "clean beauty", ce concept flou et non réglementé qui révolutionne la cosmétique. *FashionNetwork.com* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://fr.fashionnetwork.com/news/La-clean-beauty-ce-concept-flou-et-non-reglemente-qui-revolutionne-la-cosmetique,1476679.html> [consulté le 1 juillet 2024].

FEBEA, 2015. Etude IPSOS pour la FEBEA : les cosmétiques, un secteur qui fait la fierté française mais reste méconnu.... [en ligne]. 14 octobre 2015. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/presse/etude-ipsos-la-febea-cosmetiques-secteur-qui-fait-la-fierte-francaise-reste-meconnu> [consulté le 14 avril 2024].

FEBEA, 2023a. Les chiffres clés du marché cosmétique. [en ligne]. 22 mai 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/le-secteur-cosmetique/chiffres-cles-du-marche-cosmetique> [consulté le 10 avril 2024].

FEBEA, 2023b. EDTA | La FEBEA. [en ligne]. 7 août 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/baseingredient/edta> [consulté le 17 juin 2024].

FEBEA, 2023c. Feuille de route 4R Plastic Act FEBEA_1_0.pdf. [en ligne]. septembre 2023. Disponible à l'adresse : https://www.febea.fr/sites/default/files/2024-03/Feuille%20de%20route%204R%20Plastic%20Act%20FEBEA_1_0.pdf [consulté le 29 mars 2024].

FEBEA, 2024a. Pourquoi retrouve-t-on des substances allergisantes dans les produits cosmétiques ? [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/questions-reponses/pourquoi-retrouve-t-substances-allergisantes-produits-cosmetiques> [consulté le 9 mai 2024].

FEBEA, 2024b. Qu'est-ce qu'une allergie en cosmétique ? [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/questions-reponses/quest-ce-quune-allergie-cosmetique> [consulté le 9 mai 2024].

FEBEA, 2024c. Le secteur cosmétique français signe une nouvelle année record à l'export et dépasse les 19 milliards d'euros. [en ligne]. 8 février 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/presse/le-secteur-cosmetique-francais-signe-nouvelle-annee-record-a-llexport-depasse-19-milliards> [consulté le 10 juin 2024].

FEBEA, 2024d. *PLASTIC ACT : La feuille de route 4R du secteur cosmétique | La FEBEA* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/etudes-et-rapports/plastic-act-la-feuille-route-4r-du-secteur-cosmetique> [consulté le 29 mars 2024].

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS, 2017. Quelles substances éviter. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.frc.ch/substance-a-eviter/> [consulté le 15 mai 2024].

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS, 2024. Droits et devoirs du consommateur. [en ligne]. 27 mars 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.frc.ch/a-propos/droits-et-devoirs-du-consommateur/> [consulté le 27 mars 2024].

FEUTRY, Justine, 2021. Gaspillage : la quantité faramineuse de cosmétiques jetés chaque jour. *Madame Figaro* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://madame.lefigaro.fr/beaute/gaspillage-des-tonnes-de-cosmetiques-jetees-chaque-jour-080221-194894> [consulté le 8 avril 2024].

FLETCHER, Charlie, 2023. The Environmental Impacts of the Cosmetic Industry. *Earth.Org* [en ligne]. 13 février 2023. Disponible à l'adresse : <https://earth.org/environmental-impacts-cosmetic-industry/> [consulté le 25 avril 2024].

GAUDIAUT, Tristan, 2019. Infographie: D'où viennent les microplastiques qui polluent nos océans? *Statista Daily Data* [en ligne]. 31 mai 2019. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/infographie/18234/sources-microplastiques-océans> [consulté le 6 avril 2024].

GENEST, Mélanie, 2023. L'influence des lois sur la société. *ETP Juridique* [en ligne]. 6 février 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.etp-avocats.ch/influence-des-lois-sur-la-societe/> [consulté le 29 mars 2024].

GINGRAS, Marie-Noël, 2019. Tests cosmétiques sur les animaux : une pratique cruelle. *Société Prévention de la Cruauté envers les Animaux de Montréal* [en ligne]. 3 octobre 2019. Disponible à l'adresse : <https://www.sPCA.com/tests-cosmetiques-sur-les-animaux-une-pratique-cruelle/> [consulté le 27 mars 2024].

GRAPPE, Cindy G. et al., 2024. Produits « éthiques » : promettre ne suffit pas pour convaincre les consommateurs. *The Conversation* [en ligne]. 27 mars 2024. Disponible à l'adresse : <http://theconversation.com/produits-ethiques-promettre-ne-suffit-pas-pour-convaincre-les-consommateurs-226263> [consulté le 27 mars 2024].

GUERRE, Marie, 2019. Labels, certifications, plus d'informations mentions, toujours; Chez les consommateurs, toujours plus informés, plusieurs critères interviennent dans le choix d'un cosmétique. Son rapport qualité-prix, sa certification, qu'elle soit bio, vegan ou encore équitable, mais aussi, et de plus en plus, les engagements sociétaux et environnementaux de la marque. *Cosmétiquemag* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://advance.lexis.com/document/?pdmfid=1516831&crd=807209fc-d116-4ce8-a808-8350381f5a06&pddocfullpath=%2Fshared%2Fdocument%2Fnews%2Furn%3Acontentitem%3A5VP1-NT41-DYTY-C0S0-00000-00&pdcontentcomponentid=431718&pdteaserkey=sr1&pditab=allpods&ecomp=gmyk&earg=sr1&prid=e331150f-48f2-4a04-96c9-66829a58f1d6> [consulté le 16 mars 2024].

GUERRIER, Cécile, 2019. Soif de transparence, désir d'éthique... Les marques misent sur des cosmétiques éco-responsables. *Madame Figaro* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://madame.lefigaro.fr/beaute/cosmetiques-eco-responsables-quid-du-clean-090919-166764> [consulté le 27 mars 2024].

HÄNE, Stefan et LÄUBLI, Martin, 2023. Face à la marée de plastique – La Suisse hésite, l'UE réagit. *24 heures* [en ligne]. 9 janvier 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.24heures.ch/la-suisse-hesite-lue-reagit-91311115146> [consulté le 29 mars 2024].

HARVARD HEALTH, 2020. Toxic beauty - Are your personal care products putting your health at risk? *Harvard Health* [en ligne]. 1 avril 2020. Disponible à l'adresse : <https://www.health.harvard.edu/womens-health/toxic-beauty> [consulté le 14 avril 2024].

HERVOT, Charlotte, 2024. Qui sont ces « Sephora Kids » de 14 ans? *Ouest-France* [en ligne]. Disponible à l'adresse :

JOUGLA, Audrey, 2022. Cosmétiques : encore testés sur les animaux ? *Animal Testing* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://animaltesting.fr/7081-cosmetiques-encore-testes-sur-les-animaux> [consulté le 27 mars 2024].

JULIE, 2021. Le plastique oxo-dégradable. *La Plastiquerie* [en ligne]. 5 janvier 2021. Disponible à l'adresse : <https://laplastiquerie.com/articles/le-plastique-oxo-degradable/> [consulté le 8 avril 2024].

JURUS, Arthur, 2023. Entreprises – Les raisons de l'attractivité suisse. *Bilan* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.bilan.ch/story/les-raisons-de-lattractivite-suisse-115699421283> [consulté le 10 juin 2024].

K18 BIOMIMETIC HAIRSCIENCE, 2024. K18 Hair | Biomimetic Hairsience. *K18Hair* [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.k18hair.com/> [consulté le 13 juin 2024].

KAHN, Philippe, MOUCHARD, Agnès et SAINT-GERMAIN, Sabine, 2022. *Rapport sur la transition écologique de la filière parfums et cosmétiques* [en ligne]. Rapport gouvernemental sur la transition écologique . Disponible à l'adresse : https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/filiere-parfums-cosmetiques.pdf [consulté le 6 avril 2024].

KAIBECK, Julien, 2018. Pourquoi éviter les silicones dans les cosmétiques ? *Slow Cosmétique* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.slow-cosmetique.com/le-mag/pourquoi-eviter-les-silicones-dans-les-cosmetiques> [consulté le 18 juin 2024].

KAIBECK, Julien, 2021. Microplastiques dans les cosmétiques, pourquoi les éviter ? *Slow Cosmétique* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.slow-cosmetique.com/le-mag/microplastiques-dans-les-cosmetiques-pourquoi-les-eviter> [consulté le 17 juin 2024].

KAIBECK, Julien, 2022. La vérité sur les allergies cosmétiques. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.slow-cosmetique.com/le-mag/verite-allergies-cosmetiques> [consulté le 9 mai 2024].

KANG, Ashley, 2022. *Kantar Global Beauty Report* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://kantar.turtl.co/story/kantar-global-beauty-report-c/> [consulté le 12 juin 2024].

KIM, Ju Hee et KIM, Sung Hoon, 2020. Exposure to Phthalate Esters and the Risk of Endometriosis. *Development & Reproduction*. Vol. 24, no 2, pp. 71-78. DOI [10.12717/DR.2020.24.2.71](https://doi.org/10.12717/DR.2020.24.2.71).

KISACO, 2022. Les labels cosmétiques : un gage de qualité indispensable ? *Kisaco* [en ligne]. 21 juillet 2022. Disponible à l'adresse : <https://kisaco.io/labels-cosmetiques/> [consulté le 19 juin 2024].

LA LANGUE FRANÇAISE, 2024. Définition de cosmétique | Dictionnaire français. *La langue française* [en ligne]. 15 février 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/cosmetique> [consulté le 10 avril 2024].

LA VÉRITÉ SUR LES COSMÉTIQUES, 2024. PFAS « Les Polluants Éternels » un sujet aussi pour les cosmétiques. *La Vérité sur les Cosmétiques* [en ligne]. 28 avril 2024. Disponible à l'adresse : <https://blog.laveritesurlescosmetiques.com/pfas-les-polluants-eternels-dans-les-cosmetiques/> [consulté le 1 mai 2024].

LABOTÉ, 2020. Les chiffres clés du gaspillage cosmétique. [en ligne]. mars 2020. Disponible à l'adresse : <https://labote.com/chiffres-cles-gaspillage/> [consulté le 8 avril 2024].

LAROUSSE, Éditions, [sans date]. Définitions : label - Dictionnaire de français Larousse. [en ligne]. [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/label/45761> [consulté le 19 juin 2024].

LE ROBERT DICTIONNAIRE, 2024. enjeu - Définitions, synonymes, prononciation, exemples | Dico en ligne Le Robert. [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/enjeu> [consulté le 27 avril 2024].

LE TEMPS, 2021. La Suisse à la traîne sur la gestion des plastiques à usage unique - Le Temps. *Le Temps* [en ligne]. 7 juillet 2021. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/suisse/suisse-traine-gestion-plastiques-usage-unique> [consulté le 29 mars 2024].

LE THEUF, Maryline, 2023. RSE : les marques mutualisent leurs moyens. *CosmétiqueHebdo* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://advance.lexis.com/document/?pdmfid=1516831&crd=cbe9c5c7-5dd1-4d31-b01d-1b08594a212c&pddocfullpath=%2Fshared%2Fdocument%2Fnews%2Furn%3Acontentitem%3A68NH-6X21-JCBW-N375-00000-00&pdcontentcomponentid=431714&pdteaserkey=sr3&pditab=allpods&ecomp=gmnky&earg=sr3&prid=d732238f-c7a0-4f37-8718-f56987ba55e1> [consulté le 16 mars 2024].

LES ECHOS, 2014. Les photos retouchées jouent un rôle dans l'acte d'achat. *Les Echos* [en ligne]. 7 août 2014. Disponible à l'adresse : <https://www.lesechos.fr/2014/08/les-photos-retouchees-jouent-un-role-dans-lacte-dachat-2034640> [consulté le 20 mars 2024].

LES ECHOS, 2022. Cosmétique : dépenser sans compter pour rester jeune. *Investir* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://investir.lesechos.fr/actu-des-valeurs/etudes/cosmetique-depenser-sans-compter-pour-rester-jeune-1865882> [consulté le 12 juin 2024].

L'HUMANITÉ, 2024. Les députés donnent un premier coup d'arrêt aux Pfas. *L'Humanité* [en ligne]. Vol. 12, no 3582. Disponible à l'adresse : <https://advance.lexis.com/document/?pdmfid=1516831&crd=abb9145b-a4f7-4526-98ec-497134823abf&pddocfullpath=%2Fshared%2Fdocument%2Fnews%2Furn%3Acontentitem%3A6BPY-5D51-JD86-900X-00000-00&pdcontentcomponentid=267371&pdteaserkey=sr3&pditab=allpods&ecomp=hmnyk&earg=sr3&prid=0f8cbcd4-1514-4066-99a9-c85593dd0ae4> [consulté le 1 mai 2024].

L'INTERNAUTE, 2021. éthique : Définition simple et facile du dictionnaire. [en ligne]. 12 septembre 2021. Disponible à l'adresse : <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/ethique/> [consulté le 1 juillet 2024].

LOISEAU, Fabienne, 2023. L'Europe bannit les microplastiques dans les cosmétiques. *Reporterre, le média de l'écologie - Indépendant et en accès libre* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://reporterre.net/L-Europe-bannit-les-microplastiques-dans-les-cosmetiques> [consulté le 6 avril 2024].

L'ORÉAL, [sans date]. Transparence sur l'impact environnemental et social de nos produits. *L'Oréal Paris* [en ligne]. [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://www.lorealparis.ch/fr-ch/pil> [consulté le 6 juillet 2024].

L'ORÉAL, 2020. *Rapport annuel - Marché cosmétique* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel-2020/marche-cosmetique-2-1-0/> [consulté le 12 juin 2024].

L'ORÉAL, 2024. Cosmétiques : Évolution du marché mondial 2023. *Statista* [en ligne]. avril 2024. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/statistiques/506300/cosmetiques-croissance-marche-mondial/> [consulté le 11 juin 2024].

LSA, 2024. Hygiène beauté : répartition des dépenses par âge en France en 2023. *Statista* [en ligne]. février 2024. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/statistiques/632284/hygiene-beaute-variation-budget-annuel-par-age-france/> [consulté le 12 juin 2024].

MANAGER OCEAN, 2024. Analyse PESTEL Sephora 2024 | Étude du marché cosmétique. [en ligne]. 11 janvier 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.managerocean.com/analyse-pestel-sephora/> [consulté le 1 juin 2024].

MARCHAIS, Carole, 2017. Huiles minérales, ingrédients cosmétiques dangereux pour la santé. [en ligne]. 7 mars 2017. Disponible à l'adresse : <https://leshappycuriennes.com/huiles-minerales-issu-petrole-dangereux/> [consulté le 15 mai 2024].

MARIE, 2024. Les PEG en cosmétique, faut-il s'en méfier? *CosmeBio* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.cosmebio.org/fr/nos-dossiers/les-peg-ingredient-cosmetique-faut-il-sen-mefier/> [consulté le 18 juin 2024].

MARINE, 2018. Petit comparatif des labels vegan et cruelty free en cosmétique. *CosmeBio* [en ligne]. 17 juillet 2018. Disponible à l'adresse : <https://www.cosmebio.org/fr/nos-dossiers/2018-07-comparatif-labels-vegan-cruelty-free-cosmetiques/> [consulté le 19 juin 2024].

MATHILDE, 2023. Labels bio cosmétiques: comment fonctionnent-ils? *Ecogarantie* [en ligne]. 13 juillet 2023. Disponible à l'adresse : <https://ecogarantie.eu/fr/labels-bio-cosmetiques-comment-fonctionnent-ils/> [consulté le 19 juin 2024].

MÉLISSA, 2023. Les sulfates et la cosmétique bio | Cosmébio. *CosmeBio* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.cosmebio.org/fr/nos-dossiers/2017-05-11-sulfates-cosmetiques-bio/> [consulté le 18 juin 2024].

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES, 2023a. Le biomimétisme. *Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires* [en ligne]. 26 juin 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.ecologie.gouv.fr/biomimetisme> [consulté le 13 juin 2024].

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES, 2023b. La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire. *Gouvernement français* [en ligne]. 15 novembre 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.ecologie.gouv.fr/loi-anti-gaspillage-economie-circulaire> [consulté le 29 mars 2024].

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE, 2019. Nanomatériaux dans les produits cosmétiques : la DGCCRF fait le point. [en ligne]. 2019. Disponible à l'adresse : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/nanomateriaux-dans-les-produits-cosmetiques-la-dgccrf-fait-le-point> [consulté le 21 juin 2024].

MONCHAU, Charles-Henry, 2021. Un secteur cosmétique en plein boom. *investir.ch* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.investir.ch/article/un-secteur-cosmetique-en-plein-boom/> [consulté le 10 avril 2024].

MONNIER, Nicolas, 2024. Nouveau record pour les exportations françaises de cosmétiques en 2023. *L.S.A* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.lsa->

conso.fr/nouveau-record-pour-les-exportations-de-cosmetiques-francais-en-2023,454277 [consulté le 24 mars 2024].

NIR INDUSTRY, 2020. Liste (officielle) des perturbateurs endocriniens. *perturbateur-endocrinien.com* [en ligne]. 2020. Disponible à l'adresse : <https://www.perturbateur-endocrinien.com/liste-perturbateurs-endocriniens/> [consulté le 4 mai 2024].

OCEANCARE, 2023. La Suisse va devenir championne du plastique. [en ligne]. 9 janvier 2023. Disponible à l'adresse : https://www.oceancare.org/stories_and_news/schweiz-plastik/ [consulté le 6 avril 2024].

OCS SERVICE DE LA CONSOMMATION ET DES AFFAIRES VÉTÉRINAIRES, 2022. Le Lilial, une substance interdite encore présente dans beaucoup trop de cosmétiques. *ge.ch* [en ligne]. 2 août 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.ge.ch/node/29202> [consulté le 14 juin 2024].

OECD, 2023. *Beauty Products (HS: Cosmetic) Product Trade, Exporters and Importers* [en ligne]. OEC. Disponible à l'adresse : <https://oec.world/en/profile/hs/beauty-products> [consulté le 10 avril 2024].

OPINIONWAY, 2023. Cosmétiques : dépenses des Françaises par mois 2023. *Statista* [en ligne]. septembre 2023. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/statistiques/505979/budget-mensuel-francaises-cosmetiques/> [consulté le 30 juin 2024].

O'QUIN, Patrick, 2018. La cosmétique participe-t-elle aux droits des femmes ? | La FEBEA. *Fédération des Entreprises de la Beauté* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.febea.fr/actualites/la-cosmetique-participe-t-elle-aux-droits-femmes> [consulté le 24 mars 2024].

PARLEMENT EUROPÉEN, 2008. *Règlement (CE) no 1272/2008 de Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008, relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges* [en ligne]. Disponible à l'adresse : http://publications.europa.eu/resource/ellar/a0da21bf-b795-4b30-983b-f146aa15e594.0010.04/DOC_1 [consulté le 14 juin 2024].

PARLEMENT EUROPÉEN, 2009. *Règlement (CE) no 1223/2009 du Parlement européen et du Conseil du 30 novembre 2009 relatif aux produits cosmétiques* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32009R1223>

PARLEMENT EUROPÉEN, 2019. *Plastiques à usage unique — Lutter contre l'impact sur l'environnement* | *EUR-Lex* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://eur-lex.europa.eu/FR/legal-content/summary/single-use-plastics-fighting-the-impact-on-the-environment.html> [consulté le 8 avril 2024]. Doc ID: 4393034 Doc Sector: other Doc Title: Single-use plastics – fighting the impact on the environment Doc Type: other Usr_lan: en

PAULEY, Amandine, 2023. Beauty product waste is a huge problem – so why is no one talking about it? [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://cosmeticsbusiness.com/beauty-product-waste-is-a-huge-problem-so-why-is-no-one-talking-about-it> [consulté le 8 avril 2024].

PETA, 2022. PETA répond à vos questions sur l'expérimentation animale pour les cosmétiques. *PETA France* [en ligne]. 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.petafrance.com/vivre-vegan/faq-sur-lexperimentation-animale-pour-les-cosmetiques/> [consulté le 27 mars 2024].

PHILIPPAT, Claire, 2022. Parabènes et effets sur la santé • Cancer Environnement. *Département Prévention Cancer Environnement* [en ligne]. Disponible à l'adresse :

<https://www.cancer-environnement.fr/fiches/expositions-environnementales/parabenes/> [consulté le 4 mai 2024].

PLAINFOSSÉ, Hortense, 2020. Recherche et développement d'ingrédients cosmétiques innovants favorisant la réparation cutanée à partir de matières premières naturelles d'origine méditerranéenne. .

PLASTICSEUROPE (PEMRG), 2022. *Europe: plastic packaging waste treatment* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/869674/plastic-packaging-waste-treatment-european-union/> [consulté le 8 avril 2024].

P.L.B et P.L.T, 2024. Poêles, cosmétiques, vêtements... Les Pfas, ces polluants éternels omniprésents dans notre quotidien. *Le Figaro* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.lefigaro.fr/conso/poeles-cosmetiques-vetements-les-pfas-ces-polluants-eternels-omnipresents-dans-notre-quotidien-20240404> [consulté le 1 mai 2024].

PONTOIZEAU, Elise, 2022. [L'industrie c'est fou] Un Français et ses emballages comestibles récompensés par le prince William. *L'Usine Nouvelle* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.usinenouvelle.com/article/l-industrie-c-est-fou-un-francais-et-ses-emballages-comestibles-recompenses-par-le-prince-william.N2075946> [consulté le 14 juin 2024].

PR HART, Leslie, 2024. La face cachée des cosmétiques : quels risques pour la santé reproductive des adolescentes ? *SudOuest.fr* [en ligne]. 3 juin 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.sudouest.fr/france/la-face-cachee-des-cosmetiques-quels-risques-pour-la-sante-reproductive-des-adolescentes-19899221.php> [consulté le 15 juin 2024].

PRODIGIA, 2023. Les attentes des consommateurs envers les Marques Cosmétiques. *Prodigia cosmetics* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <http://https%253A%252F%252Fwww.prodigia-cosmetics.com%252F/la-nouvelle-ere-de-la-consommation-les-attentes-des-consommateurs-envers-les-marques-cosmetiques%252F> [consulté le 4 juin 2024].

PROF. DR. MINSCH, Rudolf, 2023. La croissance de la Suisse est-elle avant tout quantitative? *economiesuisse* [en ligne]. 10 mars 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.economiesuisse.ch/fr/articles/la-croissance-de-la-suisse-est-elle-avant-tout-quantitative> [consulté le 12 juin 2024].

QUE CHOISIR.ORG, 2022. Produits cosmétiques - Les fiches des molécules toxiques à éviter - Conseils - UFC-Que Choisir. [en ligne]. 28 juin 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.quechoisir.org/decryptage-produits-cosmetiques-les-fiches-des-molecules-toxiques-a-eviter-n2019/> [consulté le 4 mai 2024].

QUENTEL, Amélie, 2021. Des produits toxiques dissimulés dans les cosmétiques. *Reporterre, le média de l'écologie* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://reporterre.net/Des-produits-toxiques-dissimules-dans-les-cosmetiques> [consulté le 1 mai 2024].

RENIER, Sophie, 2018. Le Maquillage à travers l'Histoire / l'Égypte antique. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://sophierenier.com/2018/le-maquillage-a-travers-lhistoire-egypte-antique/> [consulté le 10 avril 2024].

RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE, [sans date]. L'usage unique du plastique dans la restauration: c'est bientôt fini! *ge.ch* [en ligne]. [sans date]. Disponible à l'adresse : <https://www.ge.ch/node/25400> [consulté le 8 avril 2024].

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, 2024. Chapitre 8 : Produits cosmétiques - Légifrance. [en ligne]. 27 avril 2024. Disponible à l'adresse :

https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006072665/LEGISCTA00006155372?isAbrogated=true#LEGISCTA000006155372 [consulté le 27 avril 2024].

RETIS, 2020. L'E-commerce vert: la vente en ligne plus écologique et éthique. *https://www.retis.be/* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.retis.be/publications/actualites/ecommerce-ecologique-ethique/> [consulté le 12 juin 2024].

ROSIER, Florence, 2018. Encore une fois, le triclosan se retrouve au centre d'une alerte sanitaire - Le Temps. [en ligne]. 30 mai 2018. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/sciences/physique-chimie/une-triclosan-se-retrouve-centre-dune-alerte-sanitaire> [consulté le 4 mai 2024].

RTS, 2022. Les plastiques oxodégradables seront interdits en Suisse dès le 1er avril. *rts.ch* [en ligne]. 23 février 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/suisse/12889590-les-plastiques-oxodegradables-seront-interdits-en-suisse-des-le-1er-avril.html> [consulté le 8 avril 2024].

RTS, 2023a. Info et réseaux sociaux: chez les jeunes, les journalistes en perte d'influence. *rts.ch* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/monde/14100097-info-et-reseaux-sociaux-chez-les-jeunes-les-journalistes-en-perte-dinfluence.html> [consulté le 12 juin 2024].

RTS, 2023b. PFAS : des impacts sur la santé et l'environnement. *rts.ch* [en ligne]. 19 septembre 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/emissions/abe/2023/video/pfas-des-impacts-sur-la-sante-et-l-environnement-26945525.html> [consulté le 1 mai 2024].

RTS, 2024. Le Conseil fédéral adopte le mandat de négociation avec l'UE. *rts.ch* [en ligne]. 8 mars 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/suisse/2024/article/le-conseil-federal-adopte-le-mandat-de-negociation-avec-l-ue-28430934.html> [consulté le 10 juin 2024]. Last Modified: 2024-03-08T20:48:17Z

SANCHIS, Pierre-Yves, 2024. C'est quoi l'effet cocktail ? Définition, évaluation, dangers. *Youmatter* [en ligne]. 25 mars 2024. Disponible à l'adresse : <https://youmatter.world/fr/definitions/effet-cocktail-definition-cest-quoi-leffet-cocktail/> [consulté le 20 juin 2024].

SANTÉ PUBLIQUE FRANCE, 2022. Perturbateurs endocriniens. [en ligne]. 28 février 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/exposition-a-des-substances-chimiques/perturbateurs-endocriniens> [consulté le 9 mai 2024].

SANTI, Ana, 2024. Environnement : Comment savoir si les cosmétiques que vous utilisez sont durables et ne nuisent pas à la planète. *BBC News* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.com/afrique/articles/c0kdl4dqv7xo> [consulté le 27 mars 2024].

SCHMID, Lukas, GRABHER, Laurenz et SCHÄFER, Tim, 2024. Retour de la politique industrielle ? *Avenir Suisse* [en ligne]. 21 mars 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.avenir-suisse.ch/fr/publication/retour-de-la-politique-industrielle/> [consulté le 10 juin 2024].

SCOTT-BRIGGS, Angela, 2024. Embracing Sustainability: Innovations in Beauty Packaging. *TechBullion* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://advance.lexis.com/document/?pdmfid=1516831&crd=0e300382-c22f-4478-b3d2-726e47845494&pddocfullpath=%2Fshared%2Fdocument%2Fnews%2Furn%3Acontentitem%3A6BPP-DB81-F03R-N0XP-00000->

[00&pdcontentcomponentid=484280&pdteaserkey=sr0&pditab=allpods&ecomp=hmnyk&earg=sr0&prid=7a326b69-9bf7-4d78-a73b-a252fa4e3204](https://www.scribd.com/document/484280/pdteaserkey=sr0&pditab=allpods&ecomp=hmnyk&earg=sr0&prid=7a326b69-9bf7-4d78-a73b-a252fa4e3204) [consulté le 4 juin 2024].

SEGHIR, Imen, 2023. Discours publicitaire des produits cosmétiques : Analyse multimodale du discours anti-âge dans le magazine féminin ELLE (anglais-français). *e-Rea. Revue électronique d'études sur le monde anglophone*. No 20.2. DOI [10.4000/erea.16019](https://doi.org/10.4000/erea.16019).

SEJOURNET, Claire, 2020. *Mettre de l'éthique dans ses cosmétiques* [en ligne]. Actes Sud. ISBN 978-2-330-13886-8. Disponible à l'adresse : <https://hesge.scholarvox.com/catalog/book/docid/88915624?searchterm=%C3%A9thique%20cosm%C3%A9tique> [consulté le 15 mai 2024].

SINGH, Snehal, 2024. *Marché des cosmétiques sans cruauté envers les animaux par taille, part et application - Prévisions mondiales pour 2030* [en ligne]. Market Research Future. Disponible à l'adresse : <https://www.marketresearchfuture.com/fr/reports/cruelty-free-cosmetics-market-3825> [consulté le 16 mars 2024].

SKW, 2023. Les microplastiques dans les cosmétiques. https://www.skw-cds.ch/fr/cosmetiques/informations-pour-consommateurs/details?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=1291&cHash=c78a2916c4cb9469750c14fbcfb2e2d1 [en ligne]. 3 octobre 2023. Disponible à l'adresse : https://www.skw-cds.ch/fr/cosmetiques/informations-pour-consommateurs/details?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=1291&cHash=c78a2916c4cb9469750c14fbcfb2e2d1 [consulté le 6 avril 2024].

SKW, 2024. Chiffres & faits | SKW. <https://www.skw-cds.ch/fr/cosmetiques/chiffres-faits> [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.skw-cds.ch/fr/cosmetiques/chiffres-faits> [consulté le 6 mars 2024].

SLOW COSMÉTIQUE, 2019. Stop à la pollution de la Méditerranée ! *Slow Cosmétique* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.slow-cosmetique.com/le-mag/stop-a-la-pollution-de-la-meditteranee> [consulté le 18 juin 2024].

SLOW COSMÉTIQUE, 2022. Une grossesse naturelle plus saine avec la Slow Cosmétique. [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.slow-cosmetique.com/le-mag/une-grossesse-saine-en-mode-slow-cosmetique> [consulté le 15 mai 2024].

SLOW COSMÉTIQUE, 2024. *Referentiel-Slow-Cosmetique.pdf* [en ligne]. janvier 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.slow-cosmetique.org/wp-content/uploads/2023/01/Referentiel-Slow-Cosmetique.pdf> [consulté le 19 juin 2024].

SPHERICAL INSIGHT, 2024. *Global Cosmetics Market Size, Share, Forecast to 2023-2033* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.sphericalinsights.com/reports/cosmetics-market> [consulté le 6 mars 2024].

STATISTA CONSUMER MARKET INSIGHTS, 2024. *Évolution du chiffre d'affaires mondial du marché des cosmétiques naturels 2019-2028* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://fr.statista.com/statistiques/811866/produits-beaute-naturels-bio-valeur-marche-monde/> [consulté le 17 juin 2024].

STIENS, Rita, 2012. *La vérité sur les cosmétiques* [en ligne]. LEDUC.S éditions. ISBN 978-2-84899-503-8. Disponible à l'adresse : <https://hesge.scholarvox.com/catalog/book/docid/88808196?searchterm=cosm%C3%A9tique> [consulté le 17 juin 2024].

TALIK, Lola, 2022. Quand l'archéologie révèle des parfums de l'Égypte antique. *Geo.fr* [en ligne]. 9 août 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.geo.fr/histoire/quand-larcheologie-revele-des-parfums-de-legypte-antique-209201> [consulté le 10 avril 2024].

TRIBOUT, Camille, 2023. Biodiversité : quel est l'impact des crèmes solaires ? [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.linfodurable.fr/environnement/biodiversite-quel-est-limpact-des-cremes-solaires-39166> [consulté le 18 juin 2024].

TURUBAN, Pauline et JORIO, Luigi, 2024. Pourquoi la Suisse n'est pas la meilleure dans le recyclage des déchets. *SWI swissinfo.ch* [en ligne]. 4 avril 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.swissinfo.ch/fre/science/pourquoi-la-suisse-nest-pas-la-meilleure-dans-le-recyclage-des-dechets/74429820> [consulté le 8 avril 2024].

US FOOD & DRUG - UNITED STATES GOVERNMENT, 2023. Cosmetics & U.S. Law. *FDA Administration* [en ligne]. 16 mars 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/cosmetics-us-law> [consulté le 27 mars 2024].

VILLE DE GENÈVE, VILLE DE LAUSANNE et UNITÉ DURABILITÉ ET PARTICIPATION, 2023. Guide pratique - Perturbateurs endocriniens, de la sensibilisation à l'action. [en ligne]. mai 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.geneve.ch/document/perturbateurs-endocriniens-lausanne-geneve-guide-pratique> [consulté le 4 mai 2024].

VOLERY, Frédérique, 2018. Vers la fin des microbilles de plastique dans les cosmétiques. *rts.ch* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/sciences-tech/9262358-vers-la-fin-des-microbilles-de-plastique-dans-les-cosmetiques.html> [consulté le 6 avril 2024].

WECF FRANCE, 2022. Cosmétiques : attention aux substances toxiques ! Impacts sur la santé et l'environnement. *WECF France* [en ligne]. 10 mai 2022. Disponible à l'adresse : <https://wecf-france.org/cosmetiques-attention-aux-substances-toxiques-impacts-sur-la-sante-et-lenvironnement/> [consulté le 9 mai 2024].

WESSLING FRANCE, 2024. Cosmétiques : Évolutions réglementaires à prévoir en 2024 |. [en ligne]. 19 février 2024. Disponible à l'adresse : <https://fr.wessling-group.com/fr/evolutions-reglementaires-2024-quels-sont-les-changements-a-prevoir-dans-lindustrie-cosmetique> [consulté le 1 juin 2024].

WIELGOCKI, Marie, 2024. Les « Sephora Kids », ces petites filles qui veulent jouer aux femmes. *Lepoint.fr* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://advance.lexis.com/document/?pdmfid=1516831&crd=580b9b41-54a9-4b01-914f-3ad51231f313&pddocfullpath=%2Fshared%2Fdocument%2Fnews%2Furn%3AcontentItem%3A6BJ5-5SV1-JCMD-P2TT-00000-00&pdcontentcomponentid=341843&pdteaserkey=sr1&pditab=allpods&ecom=hmnyk&earg=sr1&prid=7033a2a5-91c0-41ac-9fd9-d76557182e98> [consulté le 13 juin 2024].

WILLOT, Isabelle, 2018. Le nouveau cercle vertueux; Cosmétique éthique. *L'Express* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://advance.lexis.com/document/?pdmfid=1516831&crd=3da3405c-67ee-47cd-8741-8cd8b1fd7ce0&pddocfullpath=%2Fshared%2Fdocument%2Fnews%2Furn%3AcontentItem%3A5S63-YYK1-F07K-R05D-00000-00&pdcontentcomponentid=306759&pdteaserkey=sr5&pditab=allpods&ecom=gmnky&earg=sr5&prid=73c9fc20-5cc0-4b6a-a8ca-d090b23551f0> [consulté le 16 mars 2024].

YUGOV, 2017. U.S. consumer attitudes towards animal testing in cosmetics 2017. *Statista* [en ligne]. avril 2017. Disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/753362/cosmetic-animal-testing-attitudes/> [consulté le 8 avril 2024].

ZEROWASTE, 2024. Adoptons le Zéro Déchet ! *ZeroWaste Switzerland* [en ligne]. 2024. Disponible à l'adresse : <https://zerowasteswitzerland.ch/fr/notre-offre/projets/commerce/> [consulté le 8 avril 2024].

Annexe 1 : Ingrédients toxiques pour la santé

Ingrédients toxiques pour la santé

I. Perturbateur endocrinien :

Le perturbateur endocrinien (PE) est défini par l'Organisation Mondiale de la Santé comme

« une substance ou un mélange exogène altérant les fonctions du système endocrinien et induisant des effets nocifs sur la santé d'un organisme intact, de ses descendants ou au niveau de populations entières. »

(Confédération Suisse - SECO 2022)

L'humain peut y être exposé de diverses manières, par ingestion, inhalation ou contact cutané. Ces substances naturelles ou synthétiques peuvent être présentes dans des meubles, jouets, textiles, produits ménagers ou cosmétiques, notamment (Ville de Genève, Ville de Lausanne, Unité durabilité et participation 2023).

Pour expliquer le fonctionnement de manière simplifiée, les perturbateurs altèrent le système hormonal et dérèglent certains organes, en imitant le rôle des hormones. Ces effets surviennent indépendamment de la quantité de substance toxique en contact avec l'Homme (Ville de Genève, Ville de Lausanne, Unité durabilité et participation 2023).

En 2021, une étude de Santé Publique, a recensé plus de 50 conséquences sanitaires causées par les perturbateurs endocriniens (WECF France 2022).

L'exposition aux perturbateurs endocriniens est suspectée de causer certaines pathologies chroniques, telles que l'obésité ou le diabète. Les PE pourraient également avoir un impact sur la diminution du quotient intellectuel et des capacités cognitives, ainsi que sur le système nerveux et la reproduction (WECF France 2022).

Plus de 800 substances sont considérées ou suspectées d'être des PE (Santé Publique France 2022), voici une liste non exhaustive de ceux qui peuvent se trouver dans des produits cosmétiques.

Phtalate :

Ce sont des substances chimiques permettant d'assouplir le plastique et de conserver le parfum présent dans certains cosmétiques (Dr Juneau 2021).

Les risques engendrés par les phtalates sont des problèmes d'asthme chez l'enfant, des malformations génitales, des problèmes de fertilité ou de puberté précoce. Ils sont aussi

responsables de la modification de production hormonale de la thyroïde. Egalement, ils sont potentiellement responsables des cancers du sein et de l'utérus (Nir Industry 2020; Dr Juneau 2021).

Parabène :

Présents dans certains aliments, les médicaments et les produits de beauté, les parabènes servent de conservateurs (Philippat 2022).

Tout comme les phtalates, ils provoquent un risque de développer un cancer du sein et ils perturbent la reproduction. Les parabènes sont particulièrement nocifs pour les femmes enceintes (Nir Industry 2020).

Alkylphénol :

Ces produits chimiques se retrouvent dans des produits comme des peintures ou détergents, mais également dans des cosmétiques, comme des colorations pour cheveux, des lotions ou encore des crèmes.

Leurs risques en tant que perturbateurs endocriniens agissent sur la puberté et la fertilité (Nir Industry 2020).

BHA et BHT :

De leurs noms scientifiques, Butylhydroxyanisol et Butylhydroxytoluène, ces antioxydants servent de conservateurs dans l'alimentaire ou les cosmétiques (Que Choisir.org 2022).

Ils sont souvent détectés dans des produits contenant des corps gras ou des huiles oxydables. Les substances chimiques BHA et BHT, qui sont très similaires, sont classées cancérigènes et ont été interdites dans certains pays. Ils peuvent aussi déclencher des réactions allergiques (Nir Industry 2020).

PFAS :

Aujourd'hui 99% des humains sont exposés aux substances perfluorés, présentant des risques pour la santé (L'Humanité 2024).

Ces substances chimiques, appelées PFAS et surnommées « polluants éternels », peuvent se retrouver dans les ustensiles de cuisine, les emballages alimentaires, les textiles ou encore les cosmétiques (P.L.B, P.L.T 2024). Toutes les catégories de cosmétiques peuvent contenir ces composants.

Les PFAS ont différents rôles dans les produits de beauté, tel qu'imperméabilisant, actif brillant ou facilitant la pénétration. Ils sont un risque pour la santé, car ils ne sont pas totalement décomposés dans le corps (La Vérité sur les Cosmétiques 2024).

Concernant les conséquences sanitaires, ces substances toxiques peuvent agir sur les hormones, puisque ce sont des perturbateurs endocriniens, mais aussi sur le système immunitaire ou la fertilité. Ils ont également été révélés comme cancérigènes (Quentel 2021).

Triclosan :

Le dernier perturbateur endocrinien de cette liste est le triclosan, connu pour ses effets antibactériens, il est présent dans des produits d'hygiène, notamment le dentifrice. Il est lui aussi détecté comme un composé potentiellement cancérigène et peut causer des perturbations dans le système de reproduction ou encore endommager le foie et les muscles (Rosier 2018).

II. Allergène :

Les allergènes sont des substances étrangères que le système immunitaire ne tolère pas (FEBEA 2024c). Elles proviennent majoritairement de parfums ou huiles essentielles (Dre Stéphanie 2023). Les conséquences sont habituellement bénignes, tels que des démangeaisons, rougeurs, boutons, sècheresse, etc. (Kaibeck 2022). Ces réactions surviennent après un contact cutané, une inhalation ou une ingestion de l'ingrédient (FEBEA 2024d).

Aujourd'hui, plus de 80 substances allergènes sont soumises aux réglementations européennes. Celles-ci obligent les producteurs à mentionner la présence d'ingrédients allergisants lorsqu'ils dépassent une certaine concentration (Commission européenne 2023a).

III. Irritant :

A ne pas confondre avec des allergies, les irritations cutanées sont une inflammation de la peau. Il existe deux types d'irritants cutanés, les primaires et les secondaires.

Les primaires provoquent une réaction à l'endroit qui a été en contact direct avec la substance. Les secondaires provoquent une réaction après une exposition (Commission européenne 2020).

Les effets d'une inflammation de la peau, également appelée « dermite », peuvent être semblables à une réaction allergique, à savoir, des rougeurs et des démangeaisons mais aussi des gonflements (Commission européenne 2020). Les huiles minérales ou les sulfates font partie de la catégorie des irritants présents dans les cosmétiques (Fédération romande des consommateurs 2017).

IV. Péโตรchimie :

Par ailleurs, les huiles minérales ont été révélées être issue du pétrole brut. Utilisées comme hydratant, elles sont souvent présentes dans les crèmes ou pommades grasses. Appelées Petrolatum, Paraffin, Mineral Oil ou Silicone, selon les nomenclatures INCI, ces substances sont irritantes comme expliqué précédemment, potentiellement toxiques et cancérigènes (Marchais 2017).

Annexe 2 : Ingrédients toxiques pour l'environnement

PFAS :

Nous retrouvons certains perturbateurs endocriniens, mentionnés dans la partie concernant la santé. En effet, les substances perfluorés sont un risque pour la santé mais aussi pour l'environnement. Ils sont détectables dans l'eau, le sol ou l'air, lors de la fabrication ou lors de l'élimination des déchets par exemple. Des analyses ont été réalisées dans les eaux suisses et révèlent la présence de PFAS dans les poissons. Ces polluants éternels dégradent la faune et la flore, qui plus est, cette faune est potentiellement ingérée par les Hommes (RTS 2023b).

Ces substances ont été soumises à une proposition de loi, le 30 mai 2024 en France, visant à interdire progressivement dès 2026 l'utilisation des PFAS (David 2024).

Alkylphénol :

L'Alkylphénol est un perturbateur endocrinien (PE) présent dans les produits de beauté et toxique pour la faune. Ces substances traversent les stations d'épuration sans être filtrées efficacement, entraînant leur présence dans les milieux aquatiques, ce qui a pour conséquence de perturber le système reproductif des poissons (Confédération suisse - OFEV 2023).

Microplastique :

Mentionné dans les réglementations, les microplastiques ou microbilles sont nocifs pour l'environnement aquatique. Nous les retrouvons dans des produits à rincer tel que les exfoliants. Elles passent à travers les systèmes de filtration de l'eau et se retrouvent dans les cours d'eau, les lacs et les océans. Une fois dans l'eau, elles sont ingérées par les organismes aquatiques (Kaibeck 2021). Les conséquences sur ces organismes sont d'ordre physiologiques : diminution des capacités de filtration, perturbation des systèmes immunitaires, inflammation des tumeurs des vaisseaux sanguins, systèmes hormonaux déséquilibrés ou encore maladies chroniques entraînant un décès (Kaibeck 2018).

EDTA :

L'Acide Ethylène Diamine Tetra-Acétique (EDTA), présent dans de nombreux produits cosmétiques comme les savons, est un agent chélateur, utile pour stabiliser le produit, en se liant aux ions métalliques. Lorsqu'il est rejeté dans les rivières et les océans, il entraîne

des métaux lourds. L'EDTA est non biodégradable et toxique pour la vie aquatique, perturbant ainsi les écosystèmes (FEBEA 2023c; Stiens 2012, p. 334).

Silicone :

D'origine synthétique, les silicones sont considérés comme des perturbateurs endocriniens et ils ne se dégradent pas entièrement. Nous les trouvons principalement dans les produits capillaires, tels que les shampoings ou les après-shampoings, mais également dans des produits de maquillage. Les silicones se retrouvent dans les fonds marins, dont certains font partie des microplastiques, entraînant les mêmes conséquences pour l'écosystème aquatique (Kaibeck 2018).

Filtres UV :

Les filtres UV, présents dans les crèmes solaires sont essentielles pour se protéger des rayons ultraviolets afin de prévenir les affections cutanées, telles que les cancers de la peau. Cependant, ces filtres solaires chimiques ou minéraux contaminent les eaux de baignade. Étant non biodégradables, ils seraient responsables du blanchiment des coraux ainsi que des perturbations hormonales des organismes marins. Ils sont aussi toxiques pour la flore marine (Tribout 2023).

PEG :

Les PEG, de la nomenclature PolyEthylene Glycol, sont utilisés dans de nombreux produits cosmétiques, comme les nettoyants pour le visage, les shampoings ou les dentifrices. Dérivés du pétrole, ils sont utilisés en tant qu'émulsifiants et épaississants.

Leur production rejetant de l'oxyde d'éthylène, est très polluante et peut être toxique pour les fabricants, ainsi que pour l'environnement. Puisque peu biodégradables, les substances s'accumulent dans les sols et contaminent les organismes aquatiques et terrestres (Marie 2024).

Huile minérale :

Les huiles minérales, substances potentiellement irritantes pour la peau, sont d'origine synthétique, issues du pétrole. Elles sont utilisées dans plusieurs cosmétiques et notamment dans certains produits pour bébé, pour ses caractéristiques hydratantes. À l'inverse des huiles végétales, elles sont polluantes, car, encore une fois, non biodégradables. Elles sont néfastes pour les sols et les eaux et, en conséquence, impactent la faune et la flore.

De plus, leur processus de fabrication est polluant et contribue à l'épuisement des ressources (Etienne 2019).

Sulfate :

Les sulfates, composants des produits moussants, tels que les gels douche, sont aussi présents dans certains produits ménagers pour les vitres, par exemple. Ces substances synthétiques sont créées avec l'oxyde d'éthylène. Tout comme les PEG, l'environnement absorbe ces substances chimiques qui sont toxiques pour les écosystèmes (Mélicca 2023).

Nanoparticule :

Bien que les conséquences des nanoparticules sur la santé soient un sujet controversé, les impacts sur l'environnement sont plus établis. Ces minuscules particules servent à améliorer la texture ou l'absorption dans la peau. Certaines, comme le dioxyde de titane ou d'oxyde de zinc sont utilisées comme protection aux rayons UV. Ces substances toxiques sont absorbées par les végétaux, animaux aquatiques ou se retrouvent dans l'air ou les sols (Jean 2022).

Certains nanomatériaux présents dans des produits de maquillage sont interdits en France (Ministère de l'Economie des Finances et de la Souveraineté Industrielle et Numérique 2019).

Annexe 3 : Questions pour l'entreprise

1. Pouvez-vous nous présenter votre entreprise ainsi que sa fondatrice ?
2. Quelles ont été les motivations derrière votre choix de proposer des produits naturels et sains pour les consommateurs ?
3. Quels sont les principaux défis que vous rencontrez en tant qu'entreprise de l'industrie cosmétique spécialisée dans les produits naturels ?
4. De manière générale, à quoi êtes-vous attentifs lors de la création d'un produit cosmétique ?
5. Pouvez-vous nous expliquer quels aspects vous devez considérer ?
6. Avez-vous mis en place des mesures spécifiques pour réduire les impacts environnementaux de vos produits ? Si oui, quelles sont-elles et comment sont-elles mises en œuvre ?
7. Quelles initiatives ou procédures pourraient être mises en place pour aider les consommateurs à choisir des produits cosmétiques adaptés à leurs besoins et à leurs valeurs ?

Annexe 4 : Sondage en ligne

Dans le cadre de mon travail de Bachelor, sur le thème des impacts sanitaires et environnementaux de l'industrie cosmétique, j'ai réalisé un sondage. Je vous remercie par avance de consacrer le temps d'y répondre. Le questionnaire prendra environ 5 à 7 minutes, et vos réponses anonymes seront uniquement utilisées à des fins d'étude.

Pour ce sondage, la notion de produit cosmétique englobe les crèmes, maquillages, produits capillaires et parfums, hors produit d'hygiène (tel que dentifrice, gel douche, déodorant, ...).

1. Utilisez-vous des produits cosmétiques, hors produit d'hygiène ? Si non, pourquoi ?

Oui

Non : Réponse pourquoi

2. A quelle fréquence utilisez-vous des produits cosmétiques (hors produit d'hygiène) ?

Tous les jours

4-6 fois par semaine

2-3 fois par semaine

1 fois par semaine

Moins d'1 fois par semaine

Occasionnellement (pour des événements par exemple)

3. Combien de produits cosmétiques utilisez-vous par jour (hors produit d'hygiène) ?

15 ou plus

10 à 14

5 à 9

1 à 4

4. Quel budget mensuel allouez-vous à l'achat de produits cosmétiques ?

Moins de 10 chf

Entre 11 et 30 chf

Entre 31 et 50 chf

Entre 51 et 100 chf

Plus de 100 chf

5. « Pour moi l'utilisation de divers produits cosmétiques (maquillage, soin cheveux, visage, corps, parfum) représente » : (plusieurs réponses possibles)

- Un moyen de m'embellir et de me mettre en valeur
- Un moyen de renforcer ma confiance en moi
- Un moment bien-être où je prends soin de moi
- Un moyen d'exprimer mon identité, ma créativité
- Un moment qui ne me procure pas forcément de satisfaction
- Un moment nécessaire où je dois entretenir ma peau/mes cheveux...
- Autre :

6. Lors d'un processus d'achat d'un produit cosmétique, quels sont les 3 premiers critères que vous prenez en compte ?

- Prix
- Packaging
- Efficacité du produit
- Image de la marque
- Disponibilité du produit (disponible dans différents magasins, en ligne par exemple)
- Influence des réseaux sociaux (produits qui font le buzz)
- Composition du produit
- Éthique de la marque (environnement, conditions de travail, provenance des matières premières, tests sur les animaux...)

7. Lors d'un processus d'achat, pour quelle(s) raison(s) pourriez-vous ne PAS prendre en considération les potentiels risques sur la santé et l'environnement des cosmétiques ? (plusieurs réponses possibles)

- Manque d'information communiquée
- Manque de temps
- Prix attractif
- Habitude d'achat ou recommandation
- Confiance en la marque ou produit
- Emballage attractif
- Je ne me préoccupe pas des risques sanitaires ou/et environnementaux
- Autre :

8. Quels sont les ingrédients, présents dans certains produits cosmétiques, que vous évitez de consommer ?

- Aluminium
- Silicone
- Parabènes
- Alcool
- Parfum
- Sulfate
- Aucun
- Autre :

9. Avant de procéder à un achat, avez-vous recours à une application permettant d'évaluer la composition d'un produit cosmétique (type Yuka, INCI Beauty, ...) ?

- Toujours
- Presque toujours

Parfois
Rarement
Jamais

10. A quel degré vous fiez-vous à l'emballage, packaging, publicité marketing du produit pour considérer un produit comme étant éthique /sain ?

Ce sont des indicateurs clés
Je les combine à d'autres critères
Ma perception est légèrement influencée
Je ne m'y fie pas du tout
Je n'ai pas d'opinion/Je ne sais pas

Si « Je les combine à d'autres critères », alors Quels sont ces critères ?
Si « Je ne m'y fie pas du tout », alors Pour quelle(s) raison(s) ne vous y fiez-vous pas ?

11. « Pour moi l'utilisation de divers produits cosmétiques (maquillage, soin cheveux, visage, corps, parfum) représente » : (plusieurs réponses possibles)

Un moyen de m'embellir et de me mettre en valeur
Un moyen de renforcer ma confiance en moi
Un moment bien-être où je prends soin de moi
Un moyen d'exprimer mon identité, ma créativité
Un moment qui ne me procure pas forcément de satisfaction
Un moment nécessaire où je dois entretenir ma peau/mes cheveux...
Autre :

12. Avez-vous déjà eu des réactions (irritations, allergies, ...) causées par l'utilisation d'un produit cosmétique ?

Oui
Non

13. Avez-vous connaissance des potentiels risques sur votre santé lors d'utilisation de produits cosmétiques ?

Oui
Vaguement
Non

14. Vous sentez-vous suffisamment informés quant aux ingrédients potentiellement nocifs pour votre santé dans les produits cosmétiques ?

Oui

Non

Je n'ai pas d'opinion/Je ne sais pas

15. Selon-vous, qui devrait informer les consommateurs des risques sanitaires (sur la santé) causé par l'utilisation de produits cosmétiques ? (plusieurs réponses possibles)

Le consommateur lui-même

Les marques

Les autorités

Les professionnels de la santé

Autre :

16. Quel est votre sexe ?

Femme

Homme

Autre

17. Quel est votre âge ?

Moins de 18 ans

19-25 ans

26-35 ans

36-45 ans

46-55 ans

56 ans et plus

18. Parmi les quatre produits ci-dessous, classez-les du produit le moins à risque pour le consommateur au plus à risque selon vous (par rapport à la composition) ?

<p>1</p>  <p>CAUDALIE PARIS Vinoperfect Crème Éclat Anti-Taches Instant Brightening Moisturizer Jour Day</p>	<p>2</p>  <p>FENTY BEAUTY</p>
<p>3</p>  <p>THE BODY SHOP BODY BUTTER BEURRE CORPS ALMOND MILK FOR DRY, SENSITIVE SKIN 96H NOURISHING MOISTURE VEGAN 50 ml 1.69 OZ (48 g)</p>	<p>4</p>  <p>ELIZA JONES LABORATORIES Vitamin C Radiance Boosting Face Cream Awakens dull and tired skin. Moisturizes instantly. ELIZA JONES LABORATORIES Vitamin C Face Cream</p>

Annexe 5 : Prompt ChatGPT

Peux-tu m'expliquer en langage courant les ingrédients qui composent ma crème de jour :

snail secretion filtrate betaine caprylic/capric triglyceride butylene glycol cetearyl olivate sorbitan olivate cetearyl alcohol carbomer ethyl hexanediol phenoxyethanol arginine dimethicone sodium polyacrylate sodium hyaluronate allantoin palmitic acid panthenol xanthan gum stearic acid adenosine aqua myristic acid



Bien sûr ! Voici une explication en langage courant des ingrédients de ta crème de jour :

1. **Snail secretion filtrate** : C'est une sécrétion d'escargot, connue pour ses propriétés réparatrices et hydratantes pour la peau.
2. **Betaine** : Un dérivé de la betterave à sucre qui aide à hydrater et à protéger la peau.
3. **Caprylic/capric triglyceride** : Un mélange d'huiles dérivées de la noix de coco, qui hydrate la peau et aide à donner une texture lisse à la crème.
4. **Butylene glycol** : Un agent hydratant qui aide aussi à rendre la crème plus fluide et à mieux pénétrer la peau.
5. **Cetearyl olivate et Sorbitan olivate** : Dérivés de l'huile d'olive, ces ingrédients aident à émulsifier (mélanger) les composants de la crème et apportent des bienfaits hydratants.
6. **Cetearyl alcohol** : Un alcool gras qui aide à stabiliser et à épaissir la crème, tout en ayant des propriétés émoullientes pour adoucir la peau.
7. **Carbomer** : Un agent épaississant qui donne une texture gélifiée à la crème.
8. **Ethyl hexanediol** : Un solvant qui aide à mélanger les ingrédients et à conserver la crème.
9. **Phenoxyethanol** : Un conservateur qui empêche la croissance de bactéries et de moisissures dans la crème.
10. **Arginine** : Un acide aminé qui aide à hydrater la peau et à réparer les tissus cutanés.
11. **Dimethicone** : Une forme de silicone qui crée une barrière protectrice sur la peau, la rendant douce et lisse.

12. **Sodium polyacrylate** : Un agent épaississant et filmogène qui aide à stabiliser la formule.
13. **Sodium hyaluronate** : Une forme de l'acide hyaluronique, connu pour sa capacité à retenir l'eau et à hydrater en profondeur la peau.
14. **Allantoin** : Un composé qui apaise et répare la peau, souvent utilisé pour ses propriétés cicatrisantes.
15. **Palmitic acid** : Un acide gras qui aide à nourrir et à protéger la peau.
16. **Panthenol** : Aussi connu sous le nom de provitamine B5, il hydrate et apaise la peau, favorisant la guérison des tissus cutanés.
17. **Xanthan gum** : Un épaississant naturel qui aide à stabiliser la formule de la crème.
18. **Stearic acid** : Un autre acide gras qui aide à épaissir la crème et à stabiliser l'émulsion.
19. **Adenosine** : Un composé qui peut aider à réduire les signes du vieillissement, comme les rides et les ridules.
20. **Aqua** : De l'eau, utilisée comme base pour dissoudre d'autres ingrédients et hydrater la peau.
21. **Myristic acid** : Un acide gras qui aide à nettoyer et à conditionner la peau.

Ces ingrédients travaillent ensemble pour hydrater, protéger, et améliorer l'apparence de ta peau tout en offrant une texture agréable à la crème.

