



© blacksalmon-AdobeStock

LIGHTS - Sustainability

Comment accélérer la transition écologique des cosmétiques en Europe et en France ?

ESCP Impact Paper No.2024-75-FR

Enrico COLLA, Catherine DE GÉRY & Laurence-Claire LEMMET

ESCP Business School

ESCP RESEARCH INSTITUTE OF MANAGEMENT (ERIM)

[Comment accélérer la transition écologique des cosmétiques en Europe et en France ?

Enrico Colla*
Catherine de Géry**
Laurence-Claire Lemmet**

ESCP Business School

Résumé

L'indispensable transition écologique et le respect des engagements pris par l'Europe et l'État français nécessitent l'introduction de transformations radicales dans les comportements des consommateurs/citoyens, des entreprises et de l'action publique dans tous les secteurs de l'économie et de la société. Afin de comprendre comment émergent les initiatives innovantes en faveur de l'environnement, nous avons étudié les motivations et les contraintes des principaux acteurs et leurs influences réciproques dans le secteur des cosmétiques. Pour lever les freins à la transition écologique du secteur, et rendre les pratiques vertueuses des entreprises plus efficaces et mieux partagées, nous avons analysé l'importance d'une action coordonnée de la part des principaux acteurs, soutenue par les institutions nationales et supranationales.

Mots clés : produits cosmétiques, transition écologique, régulation publique, normes sociales, incitations financières

*Professeur Émérite, ESCP Business School

**Professeur Associé ESCP Business School

ESCP Impact Papers are in draft form. This paper is circulated for the purposes of comment and discussion only. Hence, it does not preclude simultaneous or subsequent publication elsewhere. ESCP Impact Papers are not refereed. The form and content of papers are the responsibility of individual authors. ESCP Business School does not bear any responsibility for the views expressed in the articles. Copyright for the paper is held by the individual authors.

Comment accélérer la transition écologique des cosmétiques en Europe et en France ?

Introduction : L'impact environnemental du secteur et la nécessité d'accélérer sa transition écologique

Le secteur des cosmétiques¹ regroupe les produits de beauté et hygiène personnelle (soins de la peau, capillaires, maquillage, parfums, hygiène personnelle).

En 2022², le marché européen représente 88 milliards d'euros, alors que ceux des États-Unis et de la Chine s'élèvent respectivement à 97 et 71 milliards. Au sein du marché européen des cosmétiques, l'Allemagne représente 14,3 milliards d'euros, suivi de la France avec 12,9 milliards et l'Italie avec 11,5 milliards.

En 2022, la production de l'industrie européenne des parfums et cosmétiques est portée par de grandes entreprises comme l'Oréal, leader mondial, suivi par Unilever mais elle est également le fait de plus de 8 500 PME dont 1 389 en France (Xerfi, Juin 2023).

Selon la FEBEA (la Fédération des entreprises de la Beauté), le chiffre d'affaires des entreprises du secteur cosmétiques en France aurait atteint 30,4 milliards d'euros en 2022. La France est le premier pays exportateur au monde, avec un chiffre d'affaires de 19 milliards d'euros. Plus de deux tiers de ces exportations sont vendues en Europe, même si les États-Unis, en forte croissance, confortent leur position de premier pays au monde acheteur de cosmétiques français.

Selon l'étude Quantis (2020), la contribution du secteur aux émissions globales de gaz à effet de serre (GES) serait comprise entre 0.5% et 1.5%. Dans le détail, 40% des émissions proviennent de l'utilisation des produits, 20% du packaging, 10% des matières premières, 10% des transports, 5% d'autres achats, 5% des opérations de production, 5% des matériaux de présentation aux points de vente, et 5% de la fin de vie des produits.

Mais les émissions de GES ne constituent pas le seul impact sur l'environnement. Outre le changement climatique, il faut aussi prendre en compte l'impact sur la biodiversité, la pollution de l'eau et l'appauvrissement des ressources non renouvelables dans les différentes phases du cycle de vie des produits. L'impact sur la biodiversité est important en amont, par l'exploitation des ressources naturelles (et en particulier de l'eau) et l'appropriation du vivant (à travers l'occupation des sols et la déforestation) mais aussi en aval notamment en ce qui concerne les pollutions liées au packaging et aux plastiques.

La réduction de l'impact considérable du secteur des cosmétiques sur l'environnement rend nécessaire des transformations profondes au cours de la prochaine décennie, qui impliquent notamment des changements de comportements et des initiatives nouvelles de la part des trois principaux acteurs économiques : les citoyens/consommateurs, les entreprises et l'État. Leur identification et les modalités de leur déploiement constituent le principal objectif de notre papier.

¹ Selon la définition du Code de la santé publique (Article L5131-1) : « On entend par produit cosmétique toute substance ou mélange destiné à être mis en contact avec les parties superficielles du corps humain ... 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. »

² Socio-economic contribution of the European cosmetics industry, Cosmetics Europe 2022

Les nouvelles tendances de la consommation de cosmétiques

Après une forte baisse - en volume - en 2020 (-15%), et une reprise en 2021 (+7%) et 2022 (+9%), le secteur des cosmétiques devrait poursuivre sa croissance au cours des prochaines années, selon les prévisions d'Euromonitor International (2022).

Dans un contexte macroéconomique très tendu (crise énergétique, suite de la pandémie, inflation, guerre en Europe et au Moyen-Orient et autres menaces géopolitiques), la recherche du bien-être personnel a été identifiée comme l'élément destiné à avoir l'impact le plus durable sur les consommateurs de produits cosmétiques dans le futur. De plus en plus de consommateurs déclarent adopter des comportements soucieux des contraintes environnementales, voire des comportements de sobriété (Euromonitor International, 2022) et 64% des consommateurs essaient d'avoir un impact sur l'environnement par leurs actions quotidiennes en 2023 (Euromonitor International, 2023).

Les jeunes générations s'orientent particulièrement vers les marques naturelles, expérientielles, communautaires et internationales, vers les produits transparents, non toxiques, éthiques et soutenables et vers le « No/Low make-up » (Euromonitor International, 2021).

Néanmoins, les produits naturels et bio ne constituent globalement en 2023 qu'environ 10% des ventes du secteur (Euromonitor International, 2023). La demande en cosmétiques bio et naturels s'est principalement développée en Amérique du Nord (49% des ventes mondiales en valeur) et en Europe de l'Ouest (39%), en 2018, selon Ecovia Intelligence (Xerfi, juin 2023). L'Europe se caractérise par une importance des labels avec 60% des produits cosmétiques naturels et bio certifiés, contre seulement 11% en Amérique du Nord (Xerfi, Juin 2023).

On constate cependant, dans le secteur comme dans d'autres, la présence d'un *gap* entre les déclarations des consommateurs, qui expriment leur préférence pour des produits durables, et leurs choix effectifs, toujours en grande partie en faveur de produits traditionnels (Ochs, 2022).

Le développement de la consommation des cosmétiques bio ne suffira pas à soutenir la décarbonation du secteur et réduire leur impact sur la biodiversité, sur l'eau et les ressources non renouvelables, aux échéances souhaitées par le gouvernement français. Ces objectifs devront être poursuivis également par les entreprises, à travers des innovations vertes, et soutenus aussi par des incitations des autorités publiques en direction des consommateurs et des entreprises.

Les comportements des entreprises en Europe et en France

La réorientation des investissements vers les technologies vertes est désormais perçue comme une nécessité par les entreprises et ce, afin d'améliorer la durabilité de leurs activités, réduire les coûts énergétiques et/ou différencier leur offre. La différenciation est néanmoins ralentie par leur dépendance au sentier - avec la difficulté d'investir pour créer des compétences nouvelles - et limitée par la taille encore modeste des segments des consommateurs sensibles aux thématiques environnementales (Aghion et al 2020).

D'où la priorité accordée à la réduction des émissions obtenue grâce aux innovations portant notamment sur l'utilisation des ressources, dans les différentes phases du cycle de vie des produits existants (Bom et al. 2019, Varadarajan 2015). Selon le rapport Kahn et al. (2021), en France, l'optimisation des processus industriels est fréquente et les bonnes

pratiques les plus rencontrées concernent la production d'énergie d'origine renouvelable ou les actions visant à améliorer l'efficacité énergétique. Hors énergie, il s'agit surtout d'améliorer le cycle de l'eau pour en diminuer la consommation.

Le rapport Kahn et al. (2021) met également en avant les bonnes pratiques des entreprises concernant les conditionnements. Elles travaillent notamment sur les emballages recyclés ou recyclables, des changements de matériaux ou des produits rechargeables. En amont, les entreprises recherchent de plus en plus d'ingrédients naturels, d'origine végétale ou biologique, en favorisant, si possible, les achats de proximité. En aval, les actions d'optimisation des transports sont moins fréquentes et encore moins les initiatives concernant la réduction de l'impact des points de vente, ou visant l'évolution du comportement des consommateurs. Les démarches d'écoconception ou de participation à des initiatives relatives à l'affichage environnemental sont plus rares, du fait d'une méconnaissance de ses enjeux de la part des petites entreprises (Kahn et al., 2021).

L'enjeu pour les entreprises est également de développer la désirabilité des cosmétiques bio et naturels et, ainsi allier performance et sensorialité. Cette démarche constitue ainsi, de plus en plus, une variable de marketing incontournable (Quantis, 2020).

Il faut cependant souligner que la circularité rencontre des limites spécifiques au secteur, où les produits non consommés, à l'instar des médicaments, ne sont pas recyclables (contrairement aux emballages), et il ne peut pas exister pour eux, de seconde main.

Passer d'innovations environnementales épisodiques ou marginales à une vraie politique systématique d'innovations vertes implique des changements importants : d'autres types de produits, d'autres façons d'utiliser un produit (par exemple les cosmétiques solides), de réduire le packaging, d'utiliser plus longtemps une même quantité de produit, voire de réduire le nombre des produits que nous utilisons aujourd'hui.

Tout cela implique un engagement fort à long terme vers la création de nouveaux modèles d'affaires (circulaires et collaboratifs).

Des innovations plus durables grâce à la collaboration au sein de la filière

Ces innovations plus systémiques impliquent une approche basée sur l'analyse complète du cycle de vie des produits (Rocca et al. 2022, Derdouri, 2023). L'ACV permet aux entreprises de quantifier l'impact environnemental global d'un produit (sur le réchauffement climatique, mais aussi sur la biodiversité – par la pollution de l'eau, le packaging et les déchets – et sur l'appauvrissement des ressources naturelles, notamment de l'eau et des sols occupés), de façon aussi objective que possible, d'optimiser la conception d'un produit dans une démarche d'écoconception, et enfin, de mettre en œuvre un affichage environnemental.

Les entreprises devraient considérer plus souvent la collaboration dans la *supply chain* et les investissements technologiques (Euromonitor International, 2023). Les innovations durables dépendent ainsi de la capacité de la filière à créer des écosystèmes impliquant les plus importantes parties prenantes. Cette approche « *stakeholders* » serait plus favorable à la poursuite des Objectifs de développement durable au niveau aussi de la stratégie et de la gouvernance des entreprises (Beck et Ferasso, 2023).

L'industrie cosmétique est déjà structurée par des associations professionnelles importantes aux niveaux européen et français. Cosmetics Europe (qui représente l'industrie cosmétique au niveau européen) a lancé, en décembre 2022, « *Commit for our Planet* », afin de soutenir les entreprises européennes dans la transition écologique. En France, la FEBEA,

membre de Cosmetics Europe, et Cosmed (qui représente plus spécifiquement les TPE-PME et ETI) ont mis en place plusieurs initiatives pour réduire l'impact environnemental des entreprises du secteur (par exemple, le guide des bonnes pratiques sur la biodiversité de la FEBEA).

D'autres initiatives communes émergent, parmi lesquelles on peut citer l'outil SPICE (Sustainable Packaging Initiative) développé par L'Oréal et Quantis pour mesurer l'impact des packagings.

Les politiques de *clusters* viennent également soutenir la dynamique collaborative au sein de la filière des cosmétiques ainsi que sa transition écologique. L'industrie cosmétique européenne est structurée autour du Global Cosmetics Cluster-Europe qui regroupe 6 *clusters* majeurs européens³ dont le pôle de compétitivité français COSMETIC VALLEY, qui est l'un des fondateurs et l'un des acteurs incontournables de l'innovation au sein de la filière cosmétiques en France, en Europe mais également dans le monde.

Cependant, malgré l'intérêt des consommateurs pour les innovations vertes, les innovations des entreprises et les initiatives sectorielles ne semblent pas suffisantes pour entraîner le secteur tout entier sur un parcours de réduction à la fois des émissions de CO₂ - susceptible d'atteindre les objectifs de réductions des GES en 2030 – comme de l'impact sur la biodiversité et de l'appauvrissement des ressources naturelles. La régulation publique s'avère ainsi indispensable pour accélérer la transition écologique des cosmétiques.

La régulation publique et les normes sociales dans le secteur :

« *hard law* » et « *soft law* »

La « hard law » : entre réglementation européenne et réglementation nationale.

Au titre des réglementations qui ciblent les produits cosmétiques, on trouve en première ligne les règlements européens.

Le Règlement UE N° 1223/2009 du 30 novembre 2009 - dit Règlement « cosmétique » - relatif aux produits cosmétiques a pour objectif prioritaire de garantir la sécurité du consommateur à travers le contrôle de la composition, la fabrication et la commercialisation des produits. Mais ce règlement ne traite ni de l'impact environnemental des produits cosmétiques sur le réchauffement climatique, ni de celui sur la biodiversité et l'appauvrissement des ressources naturelles.

Le Règlement UE No 655/2013 du 10 juillet 2013 établit les critères communs précis auxquels les allégations relatives aux produits cosmétiques doivent répondre pour pouvoir être utilisées, à savoir : leur conformité avec la législation, leur véracité, leur sincérité, leur équité.

L'industrie cosmétique est également concernée par le Règlement n° 1907/2006 du 18 décembre 2006 (REACH)⁴, qui fournit un cadre législatif complet pour les substances chimiques fabriquées, importées, commercialisées et utilisées en Europe telles quelles, ou dans des mélanges ou des produits. Cette législation vise au remplacement des substances les plus dangereuses par des substances alternatives plus sûres, lorsqu'elles existent. La révision de la directive REACH devait avoir lieu en 2023 afin de « *promouvoir des substances*

³ <https://globalcosmeticscluster.eu/>

⁴ Règlement n° 1907/2006 du 18 décembre 2006 (REACH) concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances (REACH), instituant une agence européenne des produits chimiques.

chimiques durables », entre autres en renforçant et rationalisant les contrôles des produits chimiques. Mais face aux pressions des industriels chimiques, la Commission a décidé de renvoyer la révision de REACH *sine die*.

La toute nouvelle directive 2024/825⁵ a vocation à offrir aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte et contre l'éco-blanchiment grâce à une meilleure information et une meilleure protection contre les pratiques déloyales. Ses dispositions doivent entrer en vigueur à compter du 27 septembre 2026.

Applicable depuis le 1er janvier 2024, la Directive européenne *Corporate Sustainability Reporting Directive*⁶ fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier. Elle concerne les grandes entreprises et les PME cotées en bourse, donc le secteur des cosmétiques, avec une application progressive en trois temps. Son objectif est d'encourager le développement durable au sein des entreprises.

La France n'est pas en reste puisque, outre les dispositifs du code de la consommation et du code de la santé auxquels est soumis le secteur de la cosmétique, la loi n°2020-105 Antigaspillage pour une économie circulaire (AGEC) du 10 février 2020 a introduit plusieurs mesures qui concernent cette industrie. Elles ciblent, entre autres, des mesures d'affichage concernant les indications et les modalités de tri sur les emballages (par exemple logo Triman), renforcent l'information sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits (sur leur packaging ou en ligne), posent certaines interdictions, comme par exemple celles d'utiliser des huiles minérales sur les emballages, d'éliminer leurs invendus non-alimentaires, d'utiliser la mention légale « biodégradable », « respectueux de l'environnement » ou toute mention équivalente sur les produits et les emballages.

Ces réglementations assurent un bon niveau de protection de la santé des consommateurs, mais avec une prise en compte encore insuffisante des enjeux environnementaux du secteur. Certes la création d'une « étiquette environnementale » pour afficher l'impact, notamment sur le climat, des produits que nous consommons va dans le bon sens mais à ce jour elle n'a toujours pas été mis en œuvre⁷.

La « soft law » : une autre normativité

Pour mémoire, des initiatives ont été lancées, au niveau européen, comme « *Commit for ouPlanet* » de Cosmetics Europe et au niveau français, avec la FEBEA afin de réduire l'impact environnemental du secteur. Ces initiatives se sont traduites par des normes « souples » d'adoption de bonnes pratiques par les entreprises.

Les labels font également partie de la « *soft law* ». Obtenir un label fait appel à une démarche volontaire et ne relève d'aucune obligation légale. Ils recouvrent des réalités très différentes.

Les labels s'appuient, en règle générale, sur un cahier des charges dont le respect des critères conditionne son obtention (ou son retrait) par l'organisme public ou privé qui l'a créé, et sur le signe (nom et identité graphique) qui le porte. C'est une autorité

⁵ DIRECTIVE(UE) 2024/825 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 28 février 2024 modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information.

⁶ DIRECTIVE (UE) 2022/2464 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 14 décembre 2022 dite CSRD et modifiant le règlement (UE) no 537/2014 et les directives 2004/109/CE, 2006/43/CE et 2013/34/UE en ce qui concerne la publication d'informations en matière de durabilité par les entreprises.

⁷ Article 2 de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 dite Climat et Résilience.

indépendante qui est chargée de vérifier (voire de certifier) que les critères de labellisation sont satisfaits (ECOCERT, AFNOR...).

Outre les labels revendiquant la qualification de bio ou naturel en cosmétiques, ce qui implique que 100 % des ingrédients ou matières premières soient biologiques ou contenir 100 % d'ingrédients certifiés AB ou Eurofeuille⁸, on trouve aussi les labels environnementaux. L'agence française de la transition écologique, l'ADEME, en a listé plus d'une centaine. Pour chaque catégorie de produits, dont les produits hygiène et beauté, elle suggère les meilleurs labels, comme ECOCERT Cosmos, COSMEBIO Cosmos, Ecocert Cosmétique écologique et biologique, Nature et Progrès, ou l'Écolabel Européen⁹ qui, par ailleurs, est peu utilisé par les entreprises du secteur.

Dans le cadre de la nouvelle directive 2024/825/UE l'utilisation des labels de durabilité sera également réglementée, et seuls les labels de durabilité fondés sur des systèmes de certification officiels ou établis par des autorités publiques seront autorisés dans l'UE, ce qui devrait permettre d'assainir le paysage des labels en particulier, en supprimant ceux qui ne font l'objet d'aucune certification par un organisme tiers.

Conclusion : mieux réguler pour mieux produire et consommer

L'ensemble des acteurs reste malgré tout concentré sur le bien-être. La question des impacts environnementaux et du gaspillage est encore insuffisamment traitée.

Sur la base de nos analyses, nous pensons qu'une transformation de la régulation actuelle s'impose pour accélérer la transition écologique du secteur. Elle devrait viser trois objectifs : 1) Améliorer et mieux diffuser l'information sur l'impact environnemental global des cosmétiques, 2) Accroître la responsabilité des fabricants des cosmétiques et, enfin, 3) Orienter les investissements des entreprises cosmétiques vers plus de durabilité.

1) Afin d'améliorer l'information disponible sur l'impact environnemental des cosmétiques, il serait opportun :

- de créer un standard européen d'analyse de cycle de vie des produits et soutenir sa diffusion en particulier auprès des PME et TPE.

- d'investir massivement dans des programmes de recherche européens, en utilisant ce standard commun, afin de mesurer l'impact environnemental global des produits (comme des matières premières et des composants) dans toutes les phases de leur cycle de vie, et définir des objectifs d'amélioration basés sur la science (Bom et al. 2020). Les *clusters* nationaux et le Global Cosmetics Cluster-Europe sont adaptés pour porter ces programmes de recherche.

Afin de mieux diffuser l'information aux consommateurs, deux autres actions seraient déterminantes :

- faire avancer les travaux relatifs à l'affichage environnemental, en s'appuyant sur l'Eco Beauty Score et l'écolabel Européen pour les cosmétiques.

⁸ La DGCCRF a détaillé sa doctrine de contrôle en précisant l'étiquetage attendu d'un produit faisant référence au « bio ».

⁹ Il a été institué par le règlement (CE) n° 66/2010 du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE qui s'applique aux cosmétiques depuis 2015. Il a été révisé en 2021 pour en étendre son exigence et son périmètre aux cosmétiques non rinçables.

- développer l'information et l'éducation des consommateurs sur les pratiques de sobriété tout en les incitant au retour des emballages aux points de vente.

2) La filière cosmétique, non comprise pour le moment dans les filières à responsabilité élargie des producteurs (REP) (hormis les huiles minérales et synthétiques), pourrait en faire partie. Ce qui permettrait aux producteurs d'organiser la prévention et la gestion de déchets issus de ces produits en fin de vie.

L'Europe devrait aussi remettre à l'agenda la révision de la directive REACH afin de la compléter d'objectifs environnementaux clairs et notamment faire aboutir les propositions françaises visant à améliorer l'articulation entre les règlements cosmétiques REACH et les pratiques de classification, étiquetage, emballage (CLP).

3) Le troisième objectif implique de favoriser les investissements durables et les pratiques innovantes des entreprises visant à réduire tous les impacts néfastes des entreprises.

Des mesures incitatives efficaces - de type « *soft law* » - pourraient aussi être prises, visant notamment les objectifs suivants :

a) La diffusion plus importante des pratiques d'éco-conception, en prenant en compte les principes du développement durable durant tout le cycle de vie d'un produit, en attendant le futur règlement européen sur l'éco-conception. En effet le 30 mars 2022, une proposition de règlement sur l'éco-conception des produits durables a été adoptée et publiée par la Commission européenne et approuvée par le Parlement et le Conseil le 4 décembre 2023. Le futur règlement a pour objectif d'étendre l'obligation d'éco-conception à des produits non énergivores et d'aborder les aspects clés de la durabilité, de la réparabilité et de la recyclabilité des produits. Les produits cosmétiques seront donc concernés.

b) Le renforcement de l'action des écosystèmes vers la transition écologique avec la diffusion des meilleures pratiques d'éco-conception et le soutien des projets collaboratifs de recherche mobilisant les PME traditionnelles du secteur à travers une politique de filière. On peut souligner à ce propos, qu'à travers leur très riche réseau, les entreprises françaises disposent de ressources importantes à tous les niveaux de la chaîne de valeur du secteur, ce qui favorise leur coordination et leur leadership dans la poursuite des innovations pour la transition écologique.

c) L'intégration des stratégies de durabilité dans l'organisation, dont notamment l'introduction d'une gouvernance durable des entreprises

Ces mesures permettraient de soutenir une croissance plus qualitative axée sur la sobriété et la réduction du gaspillage en allant au-delà de la logique du « *care* » pour réellement intégrer la protection de l'environnement, de la biodiversité et des ressources non renouvelables, dans la stratégie des entreprises, à travers notamment l'éco-conception et l'analyse du cycle de vie des produits.

Il s'agit ainsi de gérer, au niveau européen mais également national, l'équilibre entre régulation et incitations. De la régulation pour soutenir des objectifs de transition écologique et donner de la visibilité aux acteurs mais également des incitations afin de pousser ces mêmes acteurs à devenir mieux-disant.

Références

- Aghion P., Antonin C. et Bunel S. (2020), « Le pouvoir de la destruction créatrice », Odile Jacob.
- Beck D, Ferasso M. (2023), How can Stakeholder Capitalism contribute to achieving the Sustainable Development Goals? A Cross-network Literature Analysis, *Ecological Economics*, 204, Article 107673.
- Bom S, Ribeiro H.M. et Marto J. (2020), Sustainability Calculator: Tool to Asses Sustainability in *Cosmetic Products*, *Sustainability*, 12, 1437.
- Derdouri S. (2023), Réglementation et normes, dans : Sandrine Lecointe et al., Le guide de l'écoconception cosmétique, éditions Eyrolles, chapitre 2, pages 39-58.
- Euromonitor International (2021,2022,2023), Beauty Trends and Surveys.
- Kahn A., Mouchard A., et Saint-Germain S. (2021), Rapport sur la transition écologique de la filière parfums et cosmétiques, Ministère de la transition écologique.
- Ochs A. (2020), « Des utopies aux comportements de consommation : le *green gap* », dans : Badot O., Moati P. (coordinateurs), *Utopie et consommation*, EMS Editions, Cormelles-le-Royal.
- Quantis (2020), Make up for the future.
- Rocca R., Acerbi F. Fumagalli L. et Taisch M. (2022), Sustainability paradigm in the cosmetic industry: State of the art, *Cleaner Waste Systems*, 3, Article 100057.
- Varadarajan R. (2017), Innovating for sustainability: a framework for sustainable innovations and a model of sustainable innovations orientation, *Journal of the Academy of Marketing*, 45: 14-36.
- Xerfi (2023), Le marché des parfums et cosmétiques en Allemagne.