



DAO

Samuel Gaborit, président de Cosmebio

Une charte plus éthique

Président de Cosmebio, association professionnelle de cosmétique biologique et écologique, Samuel Gaborit est PDG du laboratoire Alvend.

Président de l'association Cosmebio depuis 2010, Samuel Gaborit défend une cosmétique bio plus éthique, engagée en faveur du respect de l'environnement, du soutien à l'agriculture bio et de la responsabilité sociale. La charte Cosmebio vient d'être révisée dans ce sens.

Pourquoi une nouvelle version de la charte Cosmebio ?

Samuel Gaborit : La première charte a été créée en 2001 par les entreprises historiques de la cosmétique bio, celles qui ont défriché ce secteur, à l'époque embryonnaire, et qui ont cru en l'avenir d'une cosmétique naturelle et écologique. Il s'agissait de cadrer les pratiques de fabrication, en déterminant notamment un pourcentage minimum d'ingrédients bio, indemnes de contaminants, et les procédés et substances interdits dans la formulation. Car il n'existait – et n'existe encore – aucune réglementation officielle en cosmétique bio (1), contrairement à l'alimentaire. Personne ne se doutait que les labels Cosmebio accordés par l'association pour identifier les produits respectant cette charte, susciteraient un tel engouement et obtiendraient une telle notoriété ! Aujourd'hui, l'association compte près de 400 adhérents dont 360 sociétés françaises, et 1 500 références environ. De nombreuses marques ont lancé leur gamme bio, pour répondre à l'engouement des consommateurs, avides de produits

d'hygiène et de beauté les plus naturels possibles. Mais pour éviter les dérives, il fallait renforcer encore la crédibilité de notre charte sur le plan de l'éco-responsabilité.

D'où provient l'engouement pour vos labels ?

SG : Ces labels sont recherchés car ils répondent à un besoin de garanties que n'offrent plus les marques, trop imprégnées de discours marketing. Les utilisateurs de cosmétiques qui se soucient de protéger l'environnement et leur santé veulent être sûrs de leurs achats, sans être obligés de surveiller à chaque fois la liste des ingrédients sur l'emballage. Et en cosmétique, chaque produit peut en compter entre 20 et 30, sachant qu'un actif peut être lui-même formulé avec deux ou trois matières premières différentes ! Difficile pour un néophyte de s'y retrouver. Cosmebio garantit, à chaque étape de la fabrication, le maximum d'ingrédients bio et naturels, obtenus en protégeant la biodiversité, et des méthodes de transformation non polluantes.

Les deux labels Cosmebio

L'adhésion à la Charte Cosmebio autorise l'usage de deux labels après certification des produits par les organismes certificateurs Qualité France ou Ecocert, comme étant conformes à leurs référentiels privés déposés au ministère de l'industrie :



Le label bio garantit, au minimum, 95 % d'ingrédients naturels ou d'origine naturelle (1), 95 % des ingrédients végétaux issus de l'agriculture biologique et 10 % de l'ensemble des ingrédients issus de l'agriculture biologique.



Le label Eco garantit, au minimum, 95 % d'ingrédients naturels ou d'origine naturelle (1), 50 % des ingrédients végétaux issus de l'agriculture biologique et 5 % de l'ensemble des ingrédients issus de l'agriculture biologique.

Sachez que les produits cosmétiques comportent souvent 50 à 80 % d'eau, par définition non certifiable.

(1) 5 % peuvent donc être synthétiques, mais autorisés dans une liste positive évolutive.



Qu'est-ce la nouvelle version de la charte, parue fin juin, va changer concrètement ?

SG : Sur le plan technique, rien : la charte Cosmebio donne déjà l'assurance que les cosmétiques respectent les référentiels privés d'Ecocert et de Qualité France, contrôlés par ces organismes certificateurs eux-mêmes. Ces cahiers des charges imposent les règles de fabrication d'un produit cosmétique bio. Celles-ci sont évolutives. Mais notre métier, s'il est basé sur des connaissances scientifiques pointues, ne doit pas oublier l'éthique et la déontologie. Aujourd'hui, le risque est d'en faire l'impasse. Car le marché de la cosmétique écologique et biologique est en constante mutation. Il regroupe de plus en plus d'opérateurs, de nouveaux consommateurs, de standards qui se développent et s'harmonisent au niveau européen et international. Cosmos par exemple devient opérationnel (2). Cette effervescence perturbe les pratiques commerciales et met en danger la biodiversité. Les acteurs de la filière ont besoin de repères. Et les consommateurs attendent davantage. C'est une question de confiance et de crédibilité.

Quels sont ces engagements précis que les fabricants devront respecter ?

SG : Nous ne voulons pas que la cosmétique bio se réduise simplement à une démarche scientifique, encadrée et contrôlée. Cosmebio défend aussi d'autres aspects du métier, que ses membres tiennent à renforcer : il s'agit de la responsabilité sociale vis-à-vis des êtres humains qui travaillent à tous les maillons de la chaîne, ainsi que le respect de la nature et le soutien à l'agriculture bio. Nous voulons nous assurer qu'ils sont bien pris en compte par nos adhérents qui devront d'ailleurs le prouver.

Comment renforcer l'éthique ?

SG : Ce que nous souhaitons, c'est que les projets d'entreprise considèrent les hommes et les femmes investis à tous les échelons de la filière comme des chances et non comme des charges ; que leurs conditions de vie et de travail soient compatibles avec la dignité et l'épanouissement personnels ; que le consommateur soit informé clairement, de manière transparente et avec honnêteté ; que le commerce soit plus solidaire et équitable ; que tous les stades de la filière soient pris en compte, des matières premières à la consommation et au recyclage, en passant par les ingrédients, la production, l'extraction, la transformation, la formulation, la distribution...

Comment prouver que ces principes sont appliqués ?

SG : Dans notre charte, nous avons rédigé huit engagements que devront prendre les fabricants adhérents. Ce ne sont pas seulement des déclarations d'intention. Nous leur donnons un an pour s'y conformer... Ensuite, notre association contrôlera elle-même que ces engagements sont appliqués, ou tout du moins sont sur la bonne voie, à partir d'autodiagnostic. Nous évaluerons les efforts effectués vis-à-vis du commerce équitable, de la connaissance réelle des fournisseurs, de la formation du personnel...

L'engouement pour les cosmétiques bio ne doit pas faire oublier les valeurs fondatrices de la bio, notamment la protection de la biodiversité et le commerce équitable.



Pourquoi est-ce si important d'insister sur la défense de la naturalité⁽³⁾ et de l'agriculture bio ?

SG : Il faut éviter les dérives que peut provoquer l'attrait pour la bio. Certes Cosmebio mentionne ces principes de base depuis le début, notamment le maintien de la biodiversité et le développement de l'agriculture biologique, auxquels nous sommes très attachés. Mais nous tenons à aller plus loin. L'appel du marché implique une demande de plus en plus forte en ingrédients bio. Cette dynamique ne doit pas inciter l'agriculture bio à devenir trop intensive. Ce n'est pas le but. Car qui dit intensif dit perte de la biodiversité, et donc de l'essence même de notre démarche de base. Certaines plantes rares doivent être préservées. Il ne faut pas non plus ignorer les conditions de travail des employés agricoles ou des laboratoires, notamment dans certains pays qui saisissent l'opportunité de la bio. À nous d'être vigilants.

Propos recueillis par Christine Rivry-Fournier

- (1) La cosmétique bio dépend bien sûr de la réglementation générale de la cosmétique.
- (2) Cosmebio est également membre fondateur du groupe européen à l'origine du cahier des charges et du référentiel européen Cosmos. Sur l'étiquette, la référence à Cosmos sera indiquée sous les labels de chaque pays.
- (3) Le terme naturalité est employé pour désigner des produits d'origine naturelle, dont la ressource est renouvelable.

Les huit engagements de la charte

- Participer aux journées de formation Cosmebio.
- Élaborer une évaluation sur les pratiques du commerce solidaire et équitable.
- Labelliser tout ou partie des produits d'une marque (au moins 20 %).
- Informer clairement les consommateurs.
- Contribuer à l'évaluation de la biodiversité.
- Adopter une communication responsable.
- Respecter la norme d'utilisation du logo Cosmebio.
- Éditer un rapport annuel de développement durable.



www.cosmebio.org