

Le Made in France, premier levier de souveraineté ? Focus sur l'industrie cosmétique

Février 2024

L'Initiative Souveraineté, lancée en janvier 2022, est la plateforme de l'Institut Choiseul dédiée aux enjeux de souveraineté et de résilience. Cette Initiative a pour but d'identifier et de promouvoir des mesures pragmatiques et concrètes destinées à renforcer l'autonomie stratégique de la France et de l'Europe. Au travers de rencontres régulières réunissant acteurs économiques de premier plan et experts reconnus, et par la production de documents de synthèse et d'orientation émanant des écosystèmes réunis, l'Institut Choiseul entend ainsi prendre part au débat sur la nécessaire souveraineté nationale et européenne dans des domaines aussi variés que la défense, l'industrie, l'agroalimentaire ou encore les transports.

La 13^{ème} Rencontre Souveraineté & Résilience s'est tenue le 26 octobre 2023 autour d'acteurs de premier plan qui ont partagé leur témoignage, vision prospective et bonnes pratiques : Guillaume KASBARIAN, alors Député et Président de la Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale, Philippe d'ORNANO, Co-président du METI et Président de Sisley, et Nicolas BOUZOU, Économiste et essayiste français.

Introduction

Depuis trois ans, plusieurs graves crises internationales ont durablement altéré le regard porté sur nos modèles économiques. La Covid-19, dès mars 2020, a soulevé des interrogations sur le modèle de l'entreprise mondialisée, dans un contexte de fermeture brutale des frontières. Le conflit russo-ukrainien, amorcé dès février 2022 par Vladimir Poutine, a provoqué une crise d'approvisionnement aiguë sur un nombre étendu de commodités – denrées alimentaires, métaux et combustibles fossiles – et entraîné une hausse du prix des matières premières. En toile de fond, le changement climatique devient plus sensible et fait évoluer la cartographie des risques auxquels sont soumises les entreprises, avec le réchauffement climatique, la raréfaction des ressources et une augmentation du nombre de catastrophes naturelles.

Dans une France marquée par une progression historique des services au détriment de l'industrie, ces perturbations des chaînes de valeur internationales posent la question de notre indépendance et de notre capacité à produire dans l'Hexagone. Le « Made in France » apparaît comme une réponse naturelle aux défis politiques, économiques, sociaux et climatiques qui se présentent à la France et plus largement à l'Europe. Les défis qui sous-tendent cette ambition sont nombreux : (re)-dynamisation de bassins d'emplois, traçabilité et réassurance sur la qualité des produits, durabilité et sobriété des modes de production, développement concerté de filières stratégiques et rééquilibrage de notre balance commerciale.

La filière cosmétique française est stratégique pour l'économie nationale, avec 68 milliards de chiffre d'affaires et 300 000 emplois à travers le pays. Elle a la particularité d'avoir su conserver sur le territoire national un appareil industriel intégré. Elle est la 2^{ème} industrie exportatrice de France. Son développement historique et ses perspectives de croissance apportent un éclairage quant au rôle que peut jouer le « Made in France » dans la perpétuation de notre souveraineté économique : celle du citoyen-consommateur, celle de nos entreprises et celle d'un État auquel incombe la tâche de porter les couleurs de la marque France à l'international.

La cosmétique française en chiffres

19 Mds €
Le secteur des cosmétiques représente
19 milliards d'euros de valeur ajoutée.

La filière cosmétique
emploie 300 000
personnes en France.

300 000

2^e La filière cosmétique française
est la deuxième industrie
exportatrice de France.

68 Mds €
La filière cosmétique française représente un
chiffre d'affaires annuel de 68 milliards d'euros.

Une filière dynamique dotée d'un fort ancrage local, partout en France

L'industrie cosmétique française est complètement intégrée sur notre territoire. Elle comprend quatre grands ensembles d'activités : production de matières premières agricoles, fabrication, commerce de gros et commerce de détail. De la production d'ingrédients aux circuits de distribution, la France dispose d'un appareil industriel complet et doté d'une véritable stratégie de filière s'appuyant notamment sur sa fédération professionnelle – la Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA).

Le secteur des cosmétiques demeure l'une des industries tricolores les plus dynamiques et représente 68 milliards d'euros de chiffre d'affaires et près de 19 milliards d'euros de valeur ajoutée. Elle connaît depuis plusieurs années une croissance à deux chiffres de ses exportations : + 19 % en 2022 et + 16 % sur les cinq premiers mois de 2023. Ces performances sont portées par des ETI et grands groupes, fleurons du secteur, ainsi que par un tissu dynamique de petites et moyennes entreprises. La filière démontre sa forte résilience dans un environnement économique contraignant.

Le développement intégré de cette filière d'excellence a permis de dynamiser ou de redynamiser de nombreux bassins industriels. L'industrie cosmétique représente plus de 300 000 emplois en France, dont 180 000 emplois directs et 120 000 emplois indirects. Un ancrage local fort permet d'assurer la rétention de savoir-faire et d'expertises techniques sur le territoire national, quand d'autres secteurs ont fait le choix d'externaliser ces compétences.

Au-delà d'un capital intellectuel important, notamment en matière de propriété industrielle, le secteur des cosmétiques démontre sa capacité à entretenir et valoriser un capital humain stratégique permettant d'envisager un développement à long terme de la filière. Le développement de clusters d'innovation à l'échelon local illustre cette dynamique. La création, en 1994, puis la montée en puissance de la Cosmetic Valley dans la région de Chartres a permis à la filière de

structurer son ancrage territorial. 98 % des sociétés du secteur sont des TPE ou des PME.

Si la production est faite en France, une étude Stratégie/FEBEA 2021 a montré un potentiel pour relocaliser certains achats d'emballages et d'ingrédients en France. En ce sens, 31 segments à fort potentiel de rapatriement ont pu être identifiés, parmi lesquels, au sein des matières premières, les segments extraits de plantes (végétaux) et actifs de synthèse/Biotech.

De nombreux acteurs investissent au cœur des territoires de l'Hexagone, ouvrant de nouveaux sites de production, réhabilitant ou étendant les capacités de fabrication de sites existants. Par exemple, Clarins a annoncé en février 2023 l'installation de son second site de production à Troyes, de haute qualité environnementale, moyennant un investissement total de 135 millions d'euros.

Autre exemple : Sisley investit 45 millions d'euros dans la construction d'un nouveau site de production dans le Loir-et-Cher. La livraison est prévue pour 2025 avec 250 salariés qui devraient y travailler à terme.

Laboratoire Expascience, connu pour sa marque phare Mustela, investit quant à lui 22,6 millions d'euros dans son site d'Épernon. Dans le sud de la France, L'Occitane investira 18 millions d'euros sur les prochaines années pour les sites de Manosque et Lagorce ainsi que pour des projets avec ses fournisseurs.

En Bretagne, Technature envisage l'ouverture d'un troisième site de production dans le Finistère. L'Oréal, enfin, a annoncé en 2019 investir 15 millions d'euros dans son site d'Aulnay-sous-bois afin de servir le segment des parfums haut de gamme. La France compte également de véritables leaders mondiaux du packaging, à l'image du groupe Pochet et du groupe Albéa.

En complément de ces initiatives, des approches plus structurées illustrent l'ambition de la filière : cette dernière a ainsi commandé en 2022, par le biais de la FEBEA, une étude permettant de cartographier ses dépendances à l'importation et d'identifier des opportunités supplémentaires de relocalisation.

Un secteur stratégique et performant à l'export, instrument privilégié d'un « soft power » à la française

La filière cosmétique constitue un actif économique stratégique pour la France. Elle a contribué en 2022 à hauteur de 15 milliards d'euros à la balance commerciale, soit plus de 30 % de l'excédent total généré par les industries au solde commercial positif. Elle participe à rétablir un équilibre commercial avec certains pays européens et les États-Unis, dont la demande en produits cosmétiques français s'est fortement accrue ces deux dernières années.

Cette contribution est importante, alors que la balance commerciale de la France a atteint un déficit record de 164 milliards d'euros en 2022. La croissance des exportations de la filière a bénéficié du dynamisme des importations américaines, qui s'élèvent en 2022 à 2,3 milliards d'euros. Les États-Unis se situent à la première place des pays importateurs de produits cosmétiques français, devant la Chine. Cette dernière a été pénalisée par les restrictions sanitaires impactant l'ensemble de la zone Asie.

Le dynamisme des entreprises françaises à l'international permet de faire vivre la « marque France ». Il contribue activement à notre « soft power », c'est-à-dire cette capacité à avoir une influence sur d'autres États et régions du monde grâce aux leviers économiques, culturels et politiques plutôt que militaires (« hard power »).

Cette influence s'exerce notamment par le truchement de plateformes nationales comme celle de la *Team France Export*, qui rassemble toutes les solutions publiques proposées par les régions, l'État, Business France, les Chambres de commerce et d'industrie et Bpifrance pour faire progresser les positions des entreprises françaises à l'international. Cela passe par des dispositifs ciblés, tels que celui du Chèque Relance Export actif jusqu'en avril 2023. Le partage d'informations et de bonnes pratiques permet aux TPE, PME et ETI d'évaluer l'attractivité des marchés internationaux.

Plus spécifiquement, un Comité de la filière cosmétique a été lancé en mars 2021, sous la présidence de la Ministre déléguée chargée de l'industrie Agnès Pannier-Runacher. Cette instance de dialogue permet de structurer les ambitions de l'industrie, grâce à un dialogue permanent entre industriels, acteurs publics et fédérations professionnelles. L'un de ses objectifs est de coordonner les actions de la filière à l'international.

Une filière d'excellence tournée vers la transition écologique, la transparence et l'innovation produit

La filière cosmétique, dans sa quête de souveraineté économique et dans une volonté de rayonnement à l'international, œuvre à faire évoluer positivement son industrie avec pour fil rouge celui d'une « excellence à la française ».

De nombreuses initiatives sont portées par l'industrie cosmétique afin de contribuer à la transition écologique et de faire de la France un champion de l'industrie verte. Préalablement à l'application de la loi Agec, la FEBEA et les entreprises du secteur se sont accordées en juin 2021 sur un « Plastic Act ». Celui-ci vise à réduire collectivement l'utilisation de plastique dans la production d'emballages d'ici 2025 (15 % par rapport à 2018).

Ce plan de transformation porte d'autres intentions ambitieuses : réemploi de 20 % du plastique, développement de recharges 100 % recyclables et recyclage à 100 % des emballages en s'appuyant sur des campagnes de sensibilisation des consommateurs.

Plusieurs consortiums ont été créés en réponse à des besoins spécifiques. L'initiative SPICE (« Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics ») est un outil d'éco-conception pour les entreprises qui mesure l'impact environnemental des emballages cosmétiques. Un autre projet innovant est l'initiative *Pulp in Action* : plusieurs entreprises cosmétiques se sont constituées en consortium pour développer de nouveaux matériaux en fibre de cellulose substituables au plastique souple utilisé pour les tubes ou les recharges. Le secteur cosmétique dévoilera également courant 2024 une stratégie sectorielle de décarbonation.

Par ailleurs, pour le secteur cosmétique, l'eau est souvent le premier ingrédient des formules et une des principales commodités dans les processus industriels. En ce sens, un Plan de sobriété hydrique sera présenté par la FEBEA, afin de diffuser notamment les bonnes pratiques du secteur. Sur cette base, le secteur pourra mettre en place une feuille de route en mettant

en place des solutions et projets avec des objectifs et calendrier concrets avec notamment la mise en œuvre de technologies et d'équipements économes en eau.

Dans le prolongement des questions liées à la transition écologique, la problématique de la transparence des procédés de fabrication et de la qualité du produit fini fait l'objet d'une grande attention. La filière cosmétique s'est par exemple dotée d'une application en propre, sous le nom de *CLAIRE*.

Cette application permet de fournir des informations aux consommateurs sous la forme de fiches, accessibles en scannant un code-barres. 30 000 ingrédients cosmétiques sont concernés. Elle permet également aux professionnels d'informer les consommateurs sur les produits.

Ce dynamisme permet à l'écosystème français de se positionner comme pourvoyeur de nombreuses innovations et conduit à une génération importante de brevets par unité de dépenses en recherche et développement. Ces initiatives participent au développement d'un label « Made in France », dans un contexte de concurrence internationale accrue et de pressions exercées sur le modèle économique de la filière. ■

Menaces - Enjeux dynamiques

Un environnement économique en mutation, qui pose la question de l'adaptabilité et de l'attractivité de la filière

Depuis plus de 30 ans, le secteur cosmétique français souffre du décalage de la France en matière de compétitivité par rapport à ses voisins européens. Fiscalité pesante sur la production, coût du travail intermédiaire et qualifié, poids des normes et des contrôles : sur chacun de ces enjeux majeurs, l'écosystème français très dégradé a pesé sur la compétitivité des acteurs de la chaîne de valeur cosmétique, et notamment sur les sous-traitants et les fournisseurs. Les difficultés rencontrées par les verriers ou les plasturgistes français ces dernières

années en sont l'illustration. Malgré les efforts menés par les pouvoirs publics ces dernières années pour améliorer la compétitivité française, le maintien sur le territoire national d'un outil industriel performant et couvrant toute la filière cosmétique n'est pas garanti au regard de différentiels persistants en termes de coûts de production et d'investissements majeurs à consentir, notamment pour la transition écologique.

La succession de crises internationales, tant sur le plan sanitaire que géopolitique, a profondément modifié les conditions économiques dans lesquelles opèrent les acteurs de la filière cosmétique. En particulier, le récent conflit en Ukraine a conduit à une augmentation brutale des cours des matières premières. Le prix des

oléagineux a cru de + 24 % entre février et avril 2022, la pâte à papier de + 20 % entre février et octobre 2022 et les céréales de + 26 % entre février et mai 2022.

Des risques de rupture sont apparus sur les chaînes d'approvisionnement, avec des lancements de produits décalés de 3 à 6 mois en 2021 du fait de la désorganisation des circuits logistiques mondiaux. Dans un environnement plus incertain, la question de la souveraineté économique des États et de la relocalisation d'activités industrielles structurantes redevient plus que jamais d'actualité.

En parallèle, la filière cosmétique fait face à une profonde évolution de ses métiers du fait des innovations régulièrement introduites sur le marché.

Cela concerne aussi bien la transformation numérique croissante de ses activités que les exigences toujours plus grandes du régulateur et du consommateur en matière d'écoresponsabilité et de traçabilité.

Ces transformations, associées au dynamisme de la filière, conduisent à des tensions importantes sur de nombreux métiers : régulateurs, techniciens de maintenance, formateurs, conducteurs de ligne, etc. En 2023, 12 000 postes sont à pourvoir. Le manque d'appétence des jeunes générations pour ces métiers ne permet pas de fournir sur le territoire national la main d'œuvre nécessaire au développement de la filière.

Ceci pose la question de la formation professionnelle et de l'attractivité de la filière, notamment pour les TPE et PME qui ne bénéficient pas de la notoriété des grands groupes. Des initiatives, comme la campagne « Avec l'industrie » de 2013, financée par OPCO 2i, permettent de valoriser des métiers de l'industrie et notamment de la branche cosmétique.

En outre, les nouvelles attentes exprimées par les consommateurs imposent aux entreprises françaises de conserver un état esprit avant-gardiste, caractéristique du « Made in France ». Ceci exige d'importants investissements, que ce soit dans la conception des produits pour en assurer la durabilité ou dans l'expérience client proposée au consommateur final, à l'heure d'une croissance soutenue du commerce en ligne et de l'hyperpersonnalisation.

Une concurrence internationale accrue, marquée par l'émergence de champions mondiaux

La filière française est confrontée à la montée en puissance de certains acteurs à l'international, dont la forte compétitivité et le dynamisme constituent des menaces sur le long terme. C'est le cas des États-Unis, la Corée du Sud et du Japon, qui ont investi avec succès ce secteur depuis plusieurs années.

Le marché américain des produits cosmétiques est l'un des plus importants et des plus dynamiques au monde. En 2022, les ventes de produits de beauté et de soins personnels ont atteint 102 milliards de dollars aux États-Unis et

devraient progresser de presque 10 milliards de dollars tous les ans.

Les consommateurs américains recherchent davantage des ingrédients efficaces et sûrs. La préférence croissante pour les produits « clean » et certifiés est devenue une norme, stimulant ainsi la demande. Il est également à noter la forte présence du e-commerce sur le marché des produits cosmétiques, représentant 27,8 % des ventes totales.

Par ailleurs, la reprise post-COVID-19 contribue à la croissance des produits haut de gamme, marquée par une augmentation de 7,96 % des importations de produits de beauté, passant de 499 millions de dollars à 538 millions de dollars entre avril 2022 et avril 2023. Ce qui représente une opportunité pour les marques françaises.

La Corée du Sud a su développer, à l'instar de l'engouement suscité pour la K-pop et la K-food, un intérêt marqué pour la K-beauty. Le développement de produits iconiques, comme les « BB creams » et les « cushions », a permis aux grandes marques coréennes de séduire une clientèle internationale, notamment accessible par le biais de boutiques en « travel retail » (gares et aéroports). La montée en puissance et en gamme de cette offre a pu s'appuyer sur un marché domestique dynamique, où les soins de la peau préoccupent autant les hommes que les femmes.

L'environnement extrêmement concurrentiel de son propre marché domestique a imposé aux marques coréennes un raccourcissement des cycles d'innovation. Il a également introduit la question de la naturalité dans la conception et le packaging des produits, afin de répondre aux fortes exigences de cette clientèle locale. Ces conditions de marché ont induit une croissance des exportations des produits de beauté coréens, notamment vers l'Asie où ils séduisent en cohérence avec les standards et les pratiques existantes (exemple du « layering »).

Les exportations sud-coréennes ont atteint un niveau record de 8,1 milliards de dollars en 2021, soit une augmentation de plus de 20 % par rapport à 2020. La Chine totalise plus de 50 % de ce volume. La Corée du Sud constitue en ce sens un concurrent sérieux aux produits d'exportation français et

s'appuie sur de réelles capacités d'innovation.

L'industrie cosmétique japonaise est, pour sa part, une concurrente historique de la filière française. Elle s'appuie sur des entreprises d'envergure internationale comme Shiseido ou Kosé. Elle produit et exporte une grande variété de produits : produits de soins de la peau, produits capillaires, maquillage, parfums, produits de soins personnels, etc.

La filière japonaise est portée, comme celle de la Corée du Sud, par une clientèle domestique exigeante et férue d'innovation. Celle-ci se classe au 3^{ème} rang des marchés mondiaux des cosmétiques. Les entreprises japonaises bénéficient, en outre, du dynamisme d'un marché chinois caractérisé par l'augmentation du niveau de vie de ses classes moyennes.

Les entreprises de cosmétiques japonaises ont exporté l'équivalent de 5 milliards de dollars de produits en 2022, dont une majeure partie vers la Chine. L'industrie japonaise a démontré sa capacité à se structurer et à répondre aux enjeux de souveraineté économique et de rayonnement international auxquels ses entreprises font face. Shiseido a pris le parti, en 2019, d'investir dans un nouvel outil industriel dans la friche industrielle d'Otawara pour capitaliser sur le « Made in Japan ». Cosme Tokyo, le plus grand salon professionnel japonais dédié aux produits cosmétiques, a accueilli en 2023 plus de 29 000 visiteurs.

Les filières asiatiques présentent ainsi un risque de moyen et de long terme pour l'industrie française des cosmétiques. Le marché chinois se trouve au cœur des batailles commerciales actuelles et à venir, au regard de sa prédominance dans les circuits d'exportation du continent asiatique.

Un cadre réglementaire européen en mutation rapide

Fin 2022, la Commission européenne a publié une proposition de révision du règlement CLP (« Classification, Labelling, Packaging ») qui doit également s'accompagner de celle du règlement REACH (« Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals »). Cette proposition souhaite intégrer au règlement existant

tant de nouvelles exigences : l'introduction de nouvelles classes de danger (exemple des perturbateurs endocriniens), l'introduction de règles spécifiques aux produits rechargeables (exemple du vrac) ou la modification des règles d'étiquetage et de publicité afin d'accroître la lisibilité des dangers présentés par certaines substances.

Ces modifications s'inscrivent dans une logique de protection accrue du consommateur, alors que 55 % des citoyens de l'Union européenne se considèrent mal informés des dangers potentiels de substances chimiques présentes dans les produits de consommation.

Le renforcement de la législation européenne doit permettre une meilleure protection des individus et de l'environnement, tout en introduisant de nouvelles barrières à l'entrée pour les acteurs internationaux. Il présente cependant un risque pour la filière cosmétique française, contrainte d'adapter ses produits, son packaging et ses procédés de fabrication afin de répondre à ces nouvelles exigences.

D'autant plus que l'UE ne prend pas toujours en compte lors de la pré-

paration de nouvelles législations environnementales toutes les données scientifiques existantes. À titre d'exemple, les institutions européennes négocient en ce moment la Directive relative à la dépollution des eaux résiduaires urbaines (DERU) qui devrait créer une nouvelle responsabilité élargie des producteurs (REP) eau, financée par les émetteurs de micropolluants. Toutefois, selon le texte actuel, le poids du financement ne pèserait que sur les secteurs pharmaceutique et cosmétique, alors qu'il existe d'autres secteurs émetteurs de micropolluants.

Dans le même temps, la loi Agec a fixé au niveau national plusieurs objectifs ambitieux, en indiquant une date claire de fin d'utilisation des plastiques à usage unique (2040), tout en prévoyant une augmentation de la part du plastique recyclable (100 % en 2025) dans la composition des emballages. Certains de ces objectifs pourraient être consacrés au niveau communautaire au travers d'un projet de texte sur le règlement européen portant sur les emballages et leurs déchets (PPWR). Ceci induit de lourds investissements pour les fabricants de

cosmétiques français, avec un calendrier ambitieux à suivre au regard des temps de développement industriels.

Les entreprises du secteur devront donc, en peu de temps, faire face à de multiples et profondes évolutions de leur environnement réglementaire. Ceci s'accompagnera de nombreuses répercussions, en matière de compétences mobilisées et d'adaptation de l'outil industriel.

La mise sur le marché de produits cosmétiques en Europe est encadrée également par le Règlement cosmétique de 2009, qui devrait être modifié d'ici 2025. Cette réglementation est la plus rigoureuse dans le monde et inspire en ce sens d'autres États. Elle constitue un atout, un gage de sécurité et garantit également la qualité des produits sur le marché européen. Toutefois, l'UE avec la révision d'envergure d'un grand nombre de textes législatifs environnementaux (« Green Deal ») est en train de générer de fait des freins au développement du secteur cosmétique français à long et moyen terme. ■

Propositions - Orientations - Actions

Mettre en place un cadre juridique et fiscal favorisant la relocalisation et la compétitivité de la filière

Les récentes crises internationales ont révélé la fragilité des chaînes logistiques internationales et nos dépendances dans le cadre d'une économie mondialisée. Dans cette perspective, le « Made in France » et l'atteinte d'une souveraineté économique sont des objectifs prioritaires devant s'appuyer sur un cadre juridique et fiscal adapté et incitatif.

Certains leviers opérationnels pourraient, à titre d'exemple, favoriser la relocalisation de tout ou partie des activités du secteur :

- › poursuivre une baisse des impôts de production, par exemple en lien avec l'atteinte de certains objectifs (relocalisation d'un ou de plusieurs site(s) de fabrication ou augmentation de la part des fournisseurs français ou européens dans les achats);

- › maintenir le crédit impôt recherche (CIR) et envisager une définition sectorielle du taux du CIR afin d'appuyer le soutien aux filières d'intérêt stratégique, notamment du point de vue de la contribution à la balance commerciale ;
- › accompagner la relocalisation d'activités industrielles par des allègements ponctuels de cotisations patronales.
- › engager un travail de fond sur la réduction du coût du travail qualifié (à partir de 2,1 du Smic), qui représente une part importante de l'emploi dans le secteur cosmétique. Le coût du travail qualifié représente un frein important à la compétitivité et à l'embauche dans le secteur.

Ces mesures incitatives ne peuvent cependant se substituer, sur le long terme, à une amélioration durable de la compétitivité des sociétés cosmétiques grâce à un investissement régulier dans l'outil industriel et l'innovation produit.

Poursuivre la structuration d'une stratégie de filière en collaboration avec l'État et les instances européennes

Dans un contexte d'accroissement de la concurrence internationale, notamment asiatique, un développement concerté de la filière cosmétique paraît indispensable, tant au niveau français qu'europpéen.

La pérennisation des discussions tenues au sein du Comité de filière est indispensable au développement à long terme du secteur. Le Comité de filière a été récemment élargi, il inclut d'autres ministères comme le Commerce extérieur. Il pourrait être pertinent d'y associer également quelques parlementaires particulièrement impliqués dans les problématiques industrielles.

Ce Comité de filière pourrait être dupliqué par ailleurs au niveau européen pour renforcer le dialogue entre le secteur cosmétique et les autorités européennes.

La filière cosmétique bénéficierait par ailleurs d'une collaboration approfondie entre les industries en aval et en amont (en particulier les flaconniers). En ce sens, la création d'une interprofession pourrait être envisagée. Un tel projet permettrait de renforcer la collaboration avec l'amont agricole. Le Comité de filière peut également développer le potentiel de relocalisation de la production d'ingrédients naturels et de la fabrication de moules pour la fonderie à haute pression.

Aider les entreprises de la filière à relever les défis de la transition écologique

L'excellence à la française n'est pas dissociable de la nécessaire transition écologique. La prise de conscience pour laquelle la France prend sa part, notamment par le biais des accords de Paris de décembre 2015, peut trouver une articulation au travers du « Made in France » et des objectifs de souveraineté économique. Cela passe par une sobriété accrue dans la consommation des ressources des entreprises, une exigence renforcée en termes de traçabilité et de qualité des produits et une empreinte carbone réduite à tous les niveaux de la chaîne de valeur de la filière.

La cosmétique française s'est imposée en tant que pionnière et son ambition est de devenir leader de la cosmétique durable en faisant de la transition écologique non pas une contrainte mais un atout concurrentiel. Pour y parvenir, les entreprises font face à un mur d'investissements qui doit être reconnu par l'État.

Plusieurs mécanismes permettraient aux entreprises de la filière d'aller plus loin dans cette démarche :

- › favoriser la stabilité réglementaire relative à l'environnement
- › favoriser le développement d'une filière française de pointe pour le recyclage chimique des plastiques ;

- › étendre le dispositif de suramortissement numérique aux investissements pour la décarbonation des entreprises de la filière cosmétique ;
- › développer le fléchage des aides de France 2030 vers des projets de transformation industrielle du secteur
- › accompagner la transformation des TPE / PME et les soutenir dans leur transition écologique, notamment en renforçant certaines aides du dispositif « Tremplin » de l'Ademe (comme l'accompagnement dans l'écoconception des produits, pour lequel l'aide est plafonnée à 5 000 €) ;
- › instaurer une aide publique pour l'électrification des procédés de fabrication en tirant partie d'un mix électrique français relativement décarboné (exemple de l'électrification des fours des flaconniers).

Construire une politique de formation et d'insertion professionnelle ambitieuse, en valorisant le capital humain de la filière

Si l'innovation est un prérequis fondamental du succès de la filière cosmétique, le développement et la rétention de savoir-faire et de compétences est tout aussi critique. Les métiers en tension sont de plus en plus nombreux et entraînent, sur un même bassin industriel, une concurrence inter-entreprises pour attirer de nouveaux talents.

La logique d'ancrage territorial de la filière cosmétique impose de numériser certains métiers, de renouveler des compétences essentielles et de répondre à de nouveaux besoins liés à la transition écologique. Certaines mesures apparaissent ainsi essentielles au développement des activités de la filière :

- › prolonger le dispositif d'aide financière à l'apprentissage pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes ou des profils en reconversion ;
- › promouvoir l'attractivité des métiers de l'industrie cosmétique auprès des jeunes en développant, de concert avec Cosmetic Valley et les conseils régionaux, des campagnes de communication périodiques autour des métiers de la cosmétique ;
- › renouveler l'offre de formation professionnelle en concertation avec la FEBEA afin de répondre à d'importantes tensions dans le recrutement et l'émergence de nouvelles compétences (exemple de l'écoconception). ■

L'Institut Choiseul

L'Institut Choiseul est un *think and do tank* indépendant et non partisan. Il se dédie au décryptage des grands enjeux économiques et à la fédération de la jeune génération économique.

Pour alimenter le débat public et incarner les dynamiques économiques en cours, l'Institut Choiseul produit des Notes Stratégiques, des études ponctuelles et des classements de jeunes leaders. Pour fédérer et animer ses communautés, il déploie des événements de haut-niveau mêlant networking convivial, témoignages d'experts et de praticiens et échanges sur des sujets de prospective, sur différents territoires et verticales économiques, en France, en Europe et en Afrique.

Au croisement de la communauté d'affaires et du cercle de réflexion, l'Institut Choiseul offre une plateforme aux décideurs économiques privés comme publics pour s'identifier mutuellement, se mettre en réseau, promouvoir leurs initiatives et réfléchir aux grandes tendances économiques de demain.

Les partenaires de l'Initiative Souveraineté

L'Institut est accompagné par un noyau dur de partenaires fondateurs, tous acteurs français ou européens, qui prennent une part active à la discussion et à la formalisation de recommandations :



INSTITUT
CHOISEUL

Institut Choiseul

12, rue Auber 75009 Paris
+33 (0)1 53 34 09 93

www.choiseul.info

