



S2 BUSINESS

/ Environnement /

LE GREEN IMPACT INDEX DÉBARQUE DANS LE CAPILLAIRE

DÉVELOPPÉ EN COLLABORATION AVEC UN CONSORTIUM DE PLUS DE VINGT MARQUES, LE GREEN IMPACT INDEX, INITIÉ EN 2022 ET OFFICIELLEMENT CRÉÉ EN SEPTEMBRE 2023, EST UN OUTIL D'AFFICHAGE QUI ANALYSE TOUT LE CYCLE DE VIE D'UN PRODUIT ET ÉVALUE SON IMPACT ÉCOLOGIQUE ET SOCIÉTAL. L'AN DERNIER, LA MARQUE CAPILLAIRE PATRICE MULATO A FAIT LE CHOIX D'ADHÉRER AU GREEN IMPACT INDEX ET S'EN EXPLIQUE

par Anne-Claire Hervet

Le consortium Green Impact Index résulte d'une démarche collective par des entreprises, associations et fédérations. Il est dédié aux produits cosmétiques, compléments alimentaires, produits de bien-être et de santé familiale. Il les évalue sur une échelle de notation de A à E.

QUELS SONT LES CRITÈRES PRINCIPAUX POUR ÉVALUER L'IMPACT DES PRODUITS ?

Deux critères sont pris en compte pour déterminer la note. 80 % de celle-ci est liée à l'impact environnemental et 20 % aux critères sociétaux. Parmi les éléments clés de l'impact environnemental, on décrypte la formule du produit comme son taux de naturalité, les ingrédients controversés... Il y a aussi le packaging, la recyclabilité ou encore l'intégration de matières recyclées. On analyse aussi la fabrication avec les engagements de l'usine, la certification ISO... Et le transport selon le kilométrage et le moyen de transport des produits et des matières premières.

Pour l'impact sociétal, on évalue également l'usine, la fabrication, les matières premières, les engagements sur le bien-être animal, et d'autres aspects globaux comme les certifications d'entreprise.

« Aujourd'hui, il existe plusieurs normes comme Ecocert ou encore le Consortium EcoBeautyScore. Ce qui m'a plu dans le Green Impact Index pour mes produits ? C'est cet outil est non seulement souhaitable pour les consommateurs et faisable car il a été coconstruit avec des entreprises de tailles et de typologies de produits différentes. En effet, cette association indépendante, qui regroupe aujourd'hui un peu plus de vingt marques comme Léa Nature ou encore Yves Rocher et René Furterer, se veut accessible à toutes les entreprises et toutes les marques, des TPE et des PME aux groupes internationaux avec un droit d'entrée de 1 000 euros seulement. Ce consortium a donc créé une méthodologie basée sur 50 critères couvrant l'impact de la formule, le transport, les ingrédients, le packaging, et les engagements sociétaux des entreprises », précise Patrice Mulato, fondateur des produits Patrice Mulato. Une méthodologie qui va au-delà de l'Analyse du cycle de vie des produits (ACV) et se base sur des labels, des normes et des textes réglementaires officiels. Chaque marque utilise ces critères pour évaluer ses produits et afficher les notes. Et la méthodologie est robuste. L'association s'est appuyée d'un tiers indépendant, l'Afnor et sa méthodologie Afnor Spec 2215. Quant à la vérification de la notation des produits, elle est opérée par un Organisme tiers indépendant (OTI).



GREEN IMPACT INDEX



PROMOUVOIR LA TRANSPARENCE DANS L'INDUSTRIE

On l'aura compris, l'un des objectifs du Green Impact Index est de permettre aux consommateurs d'accéder facilement à des informations sur l'impact environnemental et social des produits. Cela induit aussi de comparer les différentes marques. Du côté des sociétés ? L'initiative Green Impact Index est clairement soutenue par les équipes des différents pôles – service marketing, développement de produits, laboratoires, sociétés de packaging... Dans cette logique, la stratégie permet d'optimiser les produits dès la phase de conception et de réfléchir à l'impact sur le score en fonction des choix de packaging ou d'ingrédients, ce qui les aide à concevoir des produits plus responsables dès le départ. « En adhérent en 2024 au Green Impact Index, il est clair que nous avons une volonté d'amélioration de plusieurs axes, soutient Patrice Mulato. Nous allons renforcer nos valeurs et les engagements de l'entreprise pour l'environnement mais aussi la transparence vis-à-vis des clients. » L'entreprise Patrice Mulato a déjà réalisé la cotation de ses 36 références de soins repigmentant qui ont obtenu la bonne note de B. Vingt et un produits sont en cours de cotation et, en juillet prochain, la société sera audité par l'OTI pour la notation des produits. « Enfin, nous réaliserons d'ici à 2027 la cotation de l'ensemble de notre catalogue », précise son dirigeant. Un vrai engagement de beauté capillaire, responsable et sociétal. ●